

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
FACULDADE NACIONAL DE DIREITO

O CONSUMO SUSTENTÁVEL A PARTIR DA LEI 12.305 DE 2010

**JULIA ALVES ROCHA**

RIO DE JANEIRO  
2017/ 1º semestre

JULIA ALVES ROCHA

O CONSUMO SUSTENTÁVEL A PARTIR DA LEI 12.305 DE 2010

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito, sob orientação do **Professor Dr. Daniel Braga Lourenço**.

RIO DE JANEIRO

2017/1º semestre

Rocha, Julia Alves, 1993-.

O consumo sustentável a partir da lei 12.305 de 2010/ Julia Alves  
Rocha. – 2017.  
63 f.

Orientador: Daniel Braga Lourenço.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade  
Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Direito, Bacharel em Direito,  
2017.

1. Sociedade de Consumo. 2. Desenvolvimento Sustentável. 3.  
Consumo sustentável. 4. Política Nacional de Resíduos Sólidos. I.  
Braga Lourenço, Daniel, orient. II. Título.

CDD 341.347

JULIA ALVES ROCHA

O CONSUMO SUSTENTÁVEL A PARTIR DA LEI 12.305 DE 2010

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito, sob orientação do **Professor Dr. Daniel Braga Lourenço**.

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

Banca Examinadora:

---

Daniel Braga Lourenço – Presidente da Banca Examinadora – Orientador  
Doutor e Professor de Direito Ambiental da UFRJ

---

Nome do Professor:

Qualificações do Professor:

---

Nome do Professor:

Qualificações do Professor:

*Para Ana Lucia Timm Alves, quem dedicou sua  
vida para me ver feliz e para quem eu faria o  
mesmo, mil vezes.*

## AGRADECIMENTOS

Sempre brinquei que a parte boa de escrever monografia, era poder finalmente agradecer àqueles que me apoiaram ao longo desses anos de faculdade. Mal sabia eu que não seria assim uma tarefa tão fácil e que prestigiar a todos com o carinho que eu gostaria, talvez não coubesse nessas breves páginas de introdução ao trabalho de conclusão de curso.

Aos amigos de coração que a Faculdade Nacional de Direito me deu a oportunidade de conhecer e conviver: Carol, Jubinha, Cauã, Roberto, Mayol, Natércia, Hans, Rod e Pedrinho. Registro aqui o meu muito obrigada por me aturarem e terem aceitado a árdua tarefa que é acompanhar e aconselhar a minha vida. Esse diploma tem um pouquinho de cada um, tenham certeza que todos foram imprescindíveis para o meu amadurecimento e para a minha formação como advogada.

Não poderia deixar de mencionar aqui, uma amizade que como muito bem colocada por ele, há 2 anos e meio “nem mesmo os mais renomados psicanalistas compreenderiam”. André Accioly, “Pipin”, que é com certeza a pessoa que mais acredita no meu potencial e um amigo que sei que posso contar pra vida toda.

Às minhas meninas, mais incríveis e amigas desse mundo, que toparam essa barra que é gostar de mim muito antes de sonhar com a Nacional de Direito e que continuam por perto, tantos anos depois: Marcy, Juju, Gabi, Malu, Marina, Mael e Folly. Vocês são parte não só dessa conquista, mas de todos os trancos e barrancos vividos nos últimos anos, os quais estiveram sempre prontas pra comemorar ou cuidar de mim. Esse muito obrigada vai muito além da conquista de um diploma, mas da conquista de um lugar em que sei que me sinto protegida e amada e espero que possamos ter pra sempre: o abraço de cada uma de vocês.

Agradeço também, àqueles que apostaram na minha competência e me deram a oportunidade de conhecer de perto a advocacia ambiental. Primeiramente, ao Flávio e a Denise, que desde cedo me ensinaram as lições mais básicas e me levaram a cursos e congressos, despertando meu interesse pelo Direito Ambiental e que, agora, acreditam mais uma vez no meu potencial e me dão a incrível oportunidade que é seguir aprendendo

com eles – com o Flávio, todos os dias. Saibam que valorizo e agradeço cada conversa e cada carinho que vocês, mesmo sem querer, me deram ao longo desses anos.

À Dra. Solange Cunha e ao Dr. William Duarte: por toda a paciência e amizade em me transformar – ou pelo menos tentar – em uma advogada competente e capaz, além é claro de todo o tempo despendido em almoços semanais na minha companhia: obrigada pelo carinho e ajuda, sempre.

Por fim, mas não menos importante (senão mais importante de tudo!) à minha família: àquela que me criou e também aos amigos que de tanto conviver já poderiam ser irmãos.

Biba, Nat e Juju, não tenho palavras pra tanta emoção que é agradecer a vocês três. Conviver comigo não é fácil e vocês fazem isso parecer leve e agradável. Só Deus sabe como. À nossa amizade, tudo, sempre. Saibam que farei por vocês qualquer coisa e estarei sempre perto (mesmo quando não me queiram).

Aos meus pais Lulu e Dudu, por uma infância tão amorosa e uma criação consciente. Não mudaria nada do que vivemos porque sei que tudo foi vivido com amor e com verdade.

Aos meus pais postiços: Zó e Caisa, obrigada também por me abraçarem como filha, me amarem como filha e cuidarem como filha. Saibam que é com o mesmo amor que recebo vocês no meu abraço.

Finalmente ao Pedro: pessoa sem a qual eu não seria nem metade do que sou hoje.

Agradeço também ao meu orientador e a todo o corpo docente da Faculdade Nacional de Direito, por todos os ensinamentos, dentro e fora de sala de aula.

## RESUMO

O presente trabalho teve por objetivo analisar o instituto do consumo sustentável no ordenamento jurídico brasileiro, especialmente na sua instrumentalização a partir da Lei 12.305 de 2010. Para isso, analisou primeiramente a origem da sociedade contemporânea como sociedade de consumo, em uma análise sociológica da formação dos paradigmas culturais consumistas da contemporaneidade. Após, passou por uma delimitação dos conceitos chave para o trabalho, desenvolvimento sustentável, consumo sustentável e os princípios e normas que se comunicam com esses institutos. Só então adentrou a análise da Política Nacional de resíduos sólidos, finalizando com a conclusão de como a referida lei contribuiu ou não para a promoção desses valores.

**Palavras-Chave:** Direito Ambiental. Consumo Sustentável. Resíduos Sólidos.

## RESUMEN

*El objetivo del presente estudio fue analizar el instituto del consumo sustentable en el ordenamiento jurídico brasileño, especialmente en su instrumentalización a partir de la Ley 12.305 de 2010. Para eso, hizo la análisis, primeramente, de las orígenes de la sociedad contemporánea como sociedad de consumo, en una análisis sociológica de la formación de los paradigmas culturales consumistas de la contemporaneidad. Después, pasó por una delimitación de los conceptos clave para el trabajo, desenvolvimiento sustentable, consumo sustentable e los principios y normas que se comunican con esos institutos. Solo entonces adentró en la análisis de la Política Nacional de Residuos Sólidos, terminando con la conclusión de cómo la referida ley contribuyó o no para la promoción de esos valores.*

**Palabras-clave:** *Derecho Ambiental. Consumo Sustentable. Residuos Sólidos.*



## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>9</b>
<b>2. O Consumo.....</b>	<b>12</b>
2.1 A “Sociedade de Consumo” .....	12
2.1.1 Origem histórica da “Sociedade de Consumo” .....	12
2.2 O consumo e o desenvolvimento.....	16
2.2.1 O consumismo e o desperdício.....	17
2.2.1.1 O consumismo.....	19
2.2.2 Panorama do Consumo na Sociedade.....	23
<b>3. Desenvolvimento Sustentável e Consumo Sustentável.....</b>	<b>26</b>
3.1 Fundamentação jurídica do consumo sustentável.....	29
3.1.1 Princípios que norteiam a relação de consumo sustentável.....	30
3.1.1.1 Princípio da Solidariedade.....	32
3.1.1.2 Princípio do desenvolvimento sustentável.....	33
3.1.1.3 Princípio da Participação.....	33
3.1.1.4 Princípio da Informação Ambiental.....	34
<b>4. A Política Nacional de Resíduos Sólidos.....</b>	<b>40</b>
4.1 Formas de destinação de resíduos e rejeitos.....	41
4.2 Objetivos da PNRS.....	43
4.3 Instrumentos da PNRS.....	45
4.3.1 “A coleta seletiva, os sistemas de logística reversa e outras ferramentas relacionadas à implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos” .....	46
4.3.2 “A educação ambiental” .....	50
4.3.3 “Incentivos fiscais, financeiros e creditícios” .....	52
4.3.4 “Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão de Resíduos Sólidos (SINIR)” .....	54
<b>5. O consumidor e seu papel primordial na Política Nacional de Resíduos Sólidos.....</b>	<b>56</b>
<b>6. Conclusão.....</b>	<b>59</b>
<b>7. Referências Bibliográficas.....</b>	<b>62</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Em 2013, a ONU estimou que a população mundial havia atingido a marca de 7,2 bilhões de pessoas<sup>1</sup>. Apesar dos países chamados “desenvolvidos” terem diminuído substancialmente suas taxas de fertilidade, o crescimento vegetativo do planeta continua positivo, principalmente graças aos avanços no campo da medicina, que diminuíram as taxas de mortalidade, e aos países emergentes que continuam com taxas de fertilidade positivas.

Junto a esse crescimento, os padrões de consumo também mudaram. O consumismo passou a ser visto como status de poder econômico e a obsolescência programada passou a justificar esse fenômeno, sem provocar o questionamento sobre a necessidade das compras desenfreadas.

As consequências desse impressionante aumento populacional e da mudança no comportamento social relacionado ao consumo são devastadoras não só para a humanidade, mas principalmente para a natureza. Os recursos naturais (renováveis ou não), já se mostram insuficientes para a projeção de crescimento mundial.

Os resíduos sólidos são um problema quase invisível para a maior parte da população. A preocupação com a geração de lixo não é prioridade para a maioria das pessoas, que não percebem que ao consumir, estão necessariamente contribuindo para a degradação do planeta.

Em uma tentativa de solucionar a questão, em 02 de agosto de 2010, foi instituída a Política Nacional de Resíduos Sólidos, através da Lei 12.305. Em 23 de dezembro do mesmo ano, a Lei foi regulamentada pelo Decreto 7.404.

As normas instituíram princípios, objetivos e instrumentos para o efetivo cumprimento das determinações da Política. A responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos criou obrigações para todos os participantes da cadeia de consumo: desde os produtores até os consumidores e todos os agentes que se encontrem entre estes dois polos.

---

<sup>1</sup> Disponível em <<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,onu-populacao-mundial-e-de-7-2-bilhoes-de-pessoas,1042156>>. Acesso em 14 jun 2017.

Isso porque o dever de proteger o meio ambiente é imposto tanto ao Poder Público quanto a toda a coletividade, visto ser bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, de acordo com o disposto no artigo 225 da Constituição.

No momento em que o consumidor final se satisfaz com a mercadoria adquirida e não precisa mais dela, o descarte se faz necessário. É a partir daí que um produto se transforma em resíduo sólido ou em rejeito. Essa fase é a chamada de *pós consumo* e integra o ciclo de vida de um produto.

O resíduo sólido, por sua vez, é um bem descartado que ainda pode ter outro tipo de uso, ou seja, ainda possui algum valor econômico. Ao resíduo sólido deve ser dada *destinação final ambientalmente adequada* – aproveitamento econômico que o mantenha inserido na cadeia produtiva por mais tempo. Ao rejeito, bem descartado que não possui mais possibilidade de aproveitamento, resta apenas a *disposição final ambientalmente adequada* – preferencialmente em aterros sanitários controlados.

Os consumidores são protagonistas da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, afinal, para que os resíduos e rejeitos possam ter a destinação ou disposição final ambientalmente adequada, é imprescindível que esses agentes atuem.

Para isso, a Lei 12.305 de 2010 instituiu a obrigatoriedade da implantação de sistemas de logística reversa para algumas classes de resíduos, baseada em seu volume ou na sua maior capacidade de poluição.

Este trabalho, no entanto, visa mais do que analisar os institutos que já foram definidos pela Política Nacional de Resíduos Sólidos, questionar o porquê das regras estabelecidas privilegiarem a correta destinação de resíduos, e não a diminuição da geração dos mesmos.

Não é por acaso que a sociedade contemporânea carrega consigo o rótulo de “sociedade de consumo”. O consumo é constantemente estimulado pelos inúmeros meios de comunicação e o descarte é algo tão corriqueiro que sequer é questionado pela maior parte da população.

É certo que a Política Nacional de Resíduos Sólidos coloca a redução da geração de resíduos como prioridade. No entanto, também é certo que apesar disso, a eficácia da norma programática é limitada. Um dever sem sanção ou benefício não possui maneira de ser exigido.

Não parece coerente, então, que se institua norma que tem como fim a preservação ambiental e a redução da quantidade de lixo sem a promoção de instrumentos que incentivem os produtores a pensarem na questão ambiental. Se o lucro é o fim, como produzir, lucrar e preservar o meio ambiente. Esse deveria ser o viés da Política Nacional de Resíduos Sólidos.

A isso chamaríamos, consumo sustentável. O consumo sustentável é tema prioritário nos debates internacionais de ecologia e preservação do meio ambiente e será também o tema central deste trabalho. Como promover o consumo sustentável dentro da atual “sociedade de consumo” em que vivemos e como a Política Nacional de Resíduos Sólidos atinge ou não a essa finalidade.

Para isso, faremos uma breve análise sociológica das origens da “sociedade de consumo”, passando em seguida pelos conceitos de desenvolvimento sustentável e consumo sustentável, antes de adentrar o campo legislativo da própria Política Nacional de Resíduos Sólidos, seus resultados e a partir daí, concluirmos como a norma contribui – ou não – para a promoção destes valores.

## 2. O CONSUMO

### 2.1 A “Sociedade de Consumo”

A sociedade moderna, dentre os muitos rótulos que recebe, é chamada “sociedade de consumo”<sup>2</sup>. O consumo, no entanto, é algo comum a todas as sociedades, seja para satisfazer “necessidades básicas” ou “supérfluas”. O que a modernidade traz de diferente então para receber esse título? Qual marca contemporânea torna o ato de consumir uma marca da época?

Para a análise dessas questões, serão abordadas neste estudo as origens históricas da “sociedade de consumo” e a partir disso, como o consumo é encarado e estudado nos dias de hoje, por uma perspectiva de análise sociológica do fenômeno.

#### 2.1.1 Origem histórica da “Sociedade de Consumo”

Segundo a antropóloga Livia Barbosa, as origens históricas do que chamamos “sociedade de consumo” são alvo de muitas controvérsias no campo da sociologia, que poderiam ser divididas em *quando* e *o que* mudou<sup>3</sup>.

Sobre o momento histórico em que o fenômeno do consumo assumiu papel tão importante, a controvérsia ganhou força em meados da década de 1980, quando historiadores começaram a rever dados históricos que promoveram uma reviravolta no que até então se sustentava sem maiores indagações: o protagonismo da revolução industrial como berço da sociedade moderna contemporânea.

Isso porque, a releitura destes dados revelou que antes de haver o que conhecemos como a Revolução Industrial, houve uma revolução no consumo e comercial, que foi o ingrediente central para a criação da sociedade moderna.

Essa nova perspectiva ataca a historiografia tradicional com questões absolutamente pertinentes e que são capazes de sustentar a possibilidade levantada. Como a industrialização poderia ter acontecido sem a existência de demanda para aquela produção, por exemplo? Se

---

<sup>2</sup> BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1970.

<sup>3</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

não houvesse acontecido uma mudança significativa no comportamento dos indivíduos, o expressivo aumento de produção teria gerado a falência das fábricas por falta de procura para as mercadorias.

Além disso, a explosão do consumo foi anterior às grandes inovações tecnológicas atribuídas ao período da Revolução Industrial. A modernização certamente é um fator que incentivou a mudança no padrão de consumo. Não foi, no entanto, seu ponto de partida.

Apesar da divergência histórica sobre o momento em que o ato de consumir ganhou outros contornos e começou a originar a sociedade em que vivemos hoje, a segunda questão – o que mudou no consumo – parece não gerar tanta polêmica.

Novamente, nos utilizaremos da análise da antropóloga Livia Barbosa para compreender o fenômeno.

Segundo Barbosa<sup>4</sup>, duas mudanças foram cruciais para alteração do padrão: a passagem do consumo familiar para o consumo individual e a transformação do “consumo de pátina” para o “consumo de moda”.

Nas sociedades tradicionais, as famílias produziam em grande parte, para o consumo de suas necessidades de reprodução física e social. Pertencer a um grupo ou a uma família era o que definiria os padrões de consumo individuais – o que comer, como se vestir, como se comportar. Todo o estilo de vida dos grupos sociais era também limitado pelas leis suntuárias<sup>5</sup> vigentes à época.

Dessa forma, status e estilo de vida tornavam-se uma só variável. Os nobres franceses, por exemplo, nos séculos XVII e XVIII eram proibidos de trabalhar, sob pena de serem excluídos da sociedade da corte. Nem todos, no entanto, possuíam a renda necessária para a manutenção do estilo de vida de um nobre – por conta disso, viviam dependendo de favores reais para conseguir renda vitalícia.

---

<sup>4</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

<sup>5</sup> Lei suntuária ou lei sumptuária (do latim *sumptuariae leges*) é uma lei que visa regular hábitos de consumo.

A outra alternativa para a nobreza falida era o casamento com algum membro da burguesia rica. Os burgueses possuíam meios de sustentar determinado estilo de vida e por sua vez, almejavam o tipo de consumo dos nobres, a eles proibido pelas leis suntuárias.

O que encontramos é que até esse momento, status e estilo de vida eram conceitos conexos – um estava totalmente atrelado ao outro. Renda, no entanto, não era o fator determinante para a definição do estilo de vida dos indivíduos.

Na sociedade contemporânea, as relações de (in)dependência entre as variáveis status, estilo de vida e renda é totalmente quebrada. Nesse contexto, ganha espaço a liberdade de escolha e a autonomia na decisão de como queremos viver. Cria-se a partir daí, o consumo individual, que não depende de determinações de grupos sociais, família ou norma legal.

O consumo individual dá a cada um a possibilidade de escolher quem quer ser e se transforma em uma peça fundamental para expressão de sua própria individualidade, possibilitando a todos que se encaixem nos grupos sociais que desejem.

O grupo a que o indivíduo pertence deixa de ser o critério para o consumo; o consumo passa a ser o critério que enquadra o indivíduo a um grupo. O livre arbítrio do consumo legitima cada um a criar sua própria moda de acordo com os seus padrões de beleza e de conforto.

Até mesmo a renda deixa de ser essencial na definição do estilo de vida adotado por cada indivíduo. A ascensão dos produtos falsificados faz com que mesmo aqueles que não possuem condições econômicas de consumir determinadas mercadorias, possam escolher assumir determinado estilo comprando do mercado paralelo “pirata”. Com isso, a distinção entre classes e status passa muito mais por conhecer e saber como e onde usar cada produto do que o bem em si próprio.

Nas palavras de Barbosa,

estilo de vida, no contexto da cultura do consumo, sinaliza para individualidade, auto-expressão, estilo pessoal e autoconsciente. A roupa, o corpo, o discurso, o lazer, a comida, a bebida, o carro, a casa, entre outros, devem ser vistos como indicadores de uma individualidade, propriedade de um sujeito específico, ao invés de uma

determinação de um grupo de status. Os objetos e as mercadorias são utilizados como signos culturais de forma livre pelas pessoas para produzirem efeitos expressivos em um determinado contexto<sup>6</sup>.

Essa reviravolta na perspectiva de como passamos a consumir explica muito do porquê a sociedade atual é rotulada como “Sociedade de consumo”: de acordo com a análise, consumir nos faz pertencer a um grupo social determinado. O ser humano atavicamente sente necessidade de conviver com outras pessoas e se tornar parte de um grupo. Desse modo, o consumo assume papel essencial nessa interação.

O segundo fator importante na construção da sociedade de consumo foi a mudança do consumo de pátina para o consumo de moda<sup>7</sup>.

Na terminologia utilizada pela autora, a pátina seria a marca do tempo deixada nos objetos, indicando que pertencem a uma mesma família há muito tempo, conferindo tradição, uma marca da nobreza que atribuía status. O “consumo de pátina”, por isso, prolongava o ciclo de vida dos produtos.

Hoje, ao contrário, o consumo é guiado pela moda, que valoriza o novo e o individual. Acaba por estimular a curta duração da vida dos produtos, visto que celebra o presente social, o mundo da vida cotidiana e o gosto pela novidade.

Uma das explicações para a disseminação da moda é o efeito *tricke down*, que preconiza que a moda acontece de forma vertical: o topo da pirâmide social é responsável pela criação da moda e as camadas subsequentes tendem a querer copiar essas inovações. Claro, que quando determinado conceito deixa de ser exclusivo dos mais ricos, a moda é renovada, garantindo sempre que os mais abastados se destaquem e permitindo a criação de um ciclo vicioso infinito para o aparecimento de novas tendências<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, p. 22.

<sup>7</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, p. 24.

<sup>8</sup> O efeito *tricke-down*, no entanto, não pode ser entendido como regra geral; existem exceções, em que as classes mais baixas lançam novas modas que são adotadas pelos mais ricos. O fenômeno sociológico nunca pode ser interpretado como regra absoluta, é apenas uma tendência.



Quaisquer que tenham sido as razões de como a “sociedade de consumo” se originou, o fato é que o século XIX já contava com uma realidade de diferentes tipos de consumidores, de produtos e de promoção das vendas. É também o momento em que as estratégias de marketing ganham maior expressão e que a disseminação de novas tendências passa a acontecer de maneira mais acentuada.

Terminando a análise das origens da sociedade contemporânea e do porquê o consumo se tornou peça tão importante na análise sociológica da atualidade, passaremos agora à análise do consumo na contemporaneidade.

## 2.2 O consumo e o desenvolvimento

Como descrito no tópico anterior, o padrão de consumo da sociedade mudou drasticamente no último século. Além de todo o exposto, o crescimento da população fez com que se consumisse ainda mais e o aumento da renda dos países em desenvolvimento também gerou uma elevação considerável desse número.

Este aumento dos padrões de consumo está intimamente ligado à urbanização e por isso, é mais comum nos países desenvolvidos. As grandes cidades dos países em desenvolvimento, como o Brasil, por exemplo, também experimentam o fenômeno, mas é evidente que os países subdesenvolvidos ainda não sentem estes efeitos com tanta intensidade<sup>9</sup>.

Além das mudanças nos níveis de consumo – aumento quantitativo – também aconteceu uma transformação qualitativa do padrão de consumo: o advento dos produtos feitos de materiais descartáveis e com a durabilidade reduzida<sup>10</sup>.

Por conta disso, o impacto ambiental da sociedade de consumo devido à geração de resíduos sólidos é tremendo. Muitas vezes, a compra impulsiva, estimulada pelo modo de vida da sociedade contemporânea pode ser entendida como puro **desperdício**. O desperdício é o polo

---

<sup>9</sup> GABRIELLE, Casimiro. **Consumo Sustentável para a minimização de Resíduos Sólidos Urbanos**. 2011. 119 p. Dissertação de Mestrado (Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

<sup>10</sup> GABRIELLE, Casimiro. **Consumo Sustentável para a minimização de Resíduos Sólidos Urbanos**. 2011. 119 p. Dissertação de Mestrado (Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

oposto do que chamamos consumo sustentável, tema central deste estudo, e consequência direta do **consumismo**, motivo pelo qual passaremos brevemente pela análise desses tópicos neste trabalho.

### 2.2.1 O consumismo e o desperdício

O desperdício é o efeito imediato do consumismo, característico da sociedade de consumo. O incessante incentivo ao consumo, interessante ao modelo econômico contemporâneo adota como uma de suas estratégias, a “obsolescência planejada”, prática contrária aos valores ambientais e causadora inegável de enorme desperdício de bens que ainda poderiam ser aproveitados.

A obsolescência planejada é uma estratégia comercial contrária à durabilidade dos produtos. Segundo Cláudio José Franzolin, a obsolescência planejada

se apresenta como estratégia adotada pelo(s) fornecedor(es) para proporcionar o fluxo e o ciclo de movimentação contínua de produtos disponíveis no mercado, tornando-os, após reduzido ciclo de vida, antiquados e desinteressantes, cuja destinação será o descarte deles e, por conseguinte, a substituição por versões mais recentes<sup>11</sup>.

Isso acontece porque produtos muito resistentes são contrários aos interesses econômicos dos produtores, visto que desestimulam o consumo e dessa forma, o desenvolvimento econômico. A adoção desse tipo de estratégia visa transformar um produto que embora seja novo, considera-se ultrapassado e velho; embora ainda funcione, seja visto como inútil e por isso, acaba por ser descartado.

A obsolescência planejada compromete tanto a expectativa, quanto a lealdade e o patrimônio do consumidor, que é induzido a descartar e comprar a versão mais recente e moderna de um produto, se tornando incapaz de se adequar a um padrão de consumo sustentável.

---

<sup>11</sup> FRANZOLIN, Cláudio José. Obsolescência Planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 109. Ano 26. P. 39-75. São Paulo: Ed. RT, jan.- fev. 2017.

Como primeira manifestação deste fenômeno, que depois veio a se consolidar como prática comum do mercado, em 1924, formou-se uma espécie de cartel denominado *Phoebus* entre fabricantes de lâmpadas ajustando que elas deveriam ser produzidas com um ciclo de vida de 1.000 horas e não de 2.500 horas como até então eram feitas, o que garantiria que esse mercado estivesse sempre aquecido <sup>12</sup>.

Na Grande Depressão norte-americana, causada pela crise de 29 e a quebra da bolsa de Nova Iorque, Bernard London escreveu em 1932 um trabalho que defende a obsolescência planejada como valiosa estratégia para os Estados Unidos superar a depressão. Para ele, essa ferramenta deveria ser reconhecida pelo próprio Estado, que legitimaria a prática para promover o desenvolvimento e o crescimento econômico<sup>13</sup>.

Dessa mesma forma, outros autores da época também entenderam a obsolescência planejada como uma maneira eficaz de tirar o país da crise em que se encontrava. A ferramenta foi então impulsionada para criar “consumidores vorazes” e não meros consumidores comuns, encorajando os cidadãos a comprar cada vez mais e a tornarem-se “esbanjadores compulsivos”.

Finalizando a breve análise desse fenômeno, vale a pena mencionar, que a obsolescência planejada (que também pode ser chamada de programada ou tecnológica), possui três vertentes<sup>14</sup>: a obsolescência de função; de qualidade e de desejabilidade.

A obsolescência de função ocorre quando um produto torna-se obsoleto porque outro produto similar é lançado, mas executa melhor a mesma função do anterior. A “*obsolescência adiada*” ocorre quando

o fornecedor, embora já tenha atingido um nível de pesquisa tecnológica suficiente para seus produtos, maliciosamente, manipula o mercado e disponibiliza aparelhos com funcionalidade e potencialidades reduzidas, afinal, o fornecedor insere tecnologia

---

<sup>12</sup> FRANZOLIN, Cláudio José. Obsolescência Planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 109. Ano 26. P. 39-75. São Paulo: Ed. RT, jan.- fev. 2017.

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> PACKCARD, Vance. Estratégia do desperdício [Tradução: Aydano Arruda]. Biblioteca Temas Modernos. São Paulo: Ibrasa, 1965, p. 19. apud FRANZOLIN, Cláudio José. Obsolescência planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 109. Ano 26. P. 39-75. São Paulo: Ed. RT, jan.-fev. 2017.

inferior de forma intencional nos seus produtos, como se fosse a última disponível, quando na verdade, ela já se apresentava superada<sup>15</sup>.

A segunda espécie seria a obsolescência de qualidade, ou seja, o produto gasta-se ou quebra-se em um tempo muito curto, obrigando o consumidor a comprar uma nova mercadoria.

Já a terceira seria a obsolescência de desejabilidade. Um produto que ainda é apto em termos de funcionalidade e de performance deixa de servir porque não é mais desejável, visto que existe um novo lançamento, mais bonito ou mais moderno em termos de design funcional e estético.

Pode-se dizer ainda que existe, no campo da informática, uma quarta espécie, chamada obsolescência por incompatibilidade. Ocorre quando um produto já comercializado, se torna incompatível com versões posteriores de atualizações de softwares necessárias.

O uso dessa ferramenta frustra a confiança e as expectativas do consumidor, principalmente a boa-fé<sup>16</sup>. Além disso, é evidente que os valores ecológicos preconizados pela Constituição Brasileira são comprometidos, além de levar o consumidor à escolhas diametralmente opostas ao consumo sustentável.

O dever do fornecedor de informar sobre o produto que disponibiliza para o mercado não exige expressamente que se informe sobre o ciclo de vida médio daquela mercadoria. De posse desse tipo de informação, o consumidor poderia deliberar se o produto superaria o mínimo razoável de durabilidade para que seu investimento valesse a pena, possibilitando dessa forma, que escolhesse se adquiriria ou não produto com curto ciclo de vida, ou se adiar a compra para optar por um produto mais caro e com maior durabilidade, bem como poderia avaliar se o produto compromete ou não o desenvolvimento sustentável<sup>17</sup>.

#### 2.2.1.1 O Consumismo

---

<sup>15</sup> FRANZOLIN, Cláudio José. Obsolescência planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 109. Ano 26. P. 39-75. São Paulo: Ed. RT, jan.-fev. 2017.

<sup>16</sup> FRANZOLIN, Cláudio José. Obsolescência planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 109. Ano 26. P. 39-75. São Paulo: Ed. RT, jan.-fev. 2017.

<sup>17</sup> FRANZOLIN, Cláudio José. Idem.

Erik Assaudorian<sup>18</sup> afirma que para definir o que chamamos de “consumismo” é necessário primeiro que entendamos o que é cultura.

Cultura, para o autor, não é só a arte, os valores ou os sistemas de crença. Não é uma instituição distinta da economia e do sistema político. A cultura é formada por todas essas variáveis – valores, crenças, costumes, tradições, símbolos, normas e instituições, que quando combinados, formam as matrizes que definem como o homem inserido naquela sociedade enxerga a realidade. A cultura, por isso, varia e faz com que pessoas possam perceber uma mesma atitude como gentileza ou ofensa, apenas por conta da sociedade em que estão inseridas.

Dessa maneira, graças à amplitude desse sistema, a cultura é capaz de guiar os indivíduos de maneira quase que invisível<sup>19</sup> a reproduzirem comportamentos. A maior parte das coisas que as pessoas definem como “naturais” são na verdade construções culturais. Essa reprodução de comportamentos também inclui os anseios da sociedade, que passam a ser compartilhados.

Os paradigmas culturais dominantes<sup>20</sup>, apropriando-nos aqui da terminologia de Assadourian, são aqueles que guiam as culturas. São as ideias e pressupostos em comum que são construídos e reforçados através das gerações. O paradigma cultural dominante em muitas partes do mundo é, hoje, o consumismo.

De acordo com a definição do economista britânico Paul Ekins<sup>21</sup>, o consumismo é uma orientação cultural em que a posse e o uso de bens e serviços são a principal aspiração cultural e o caminho mais certo rumo à felicidade pessoal, status social e sucesso nacional.

Seria então, um padrão cultural no qual as pessoas encontram satisfação e realização pessoal em consumir bens ou serviços. Isso faz com que as pessoas associem níveis elevados de consumo a bem-estar e sucesso.

---

<sup>18</sup> ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch.

<sup>19</sup> ASSAUDORIAN, Erik. Idem.

<sup>20</sup> ASSAUDORIAN, Erik. Idem.

<sup>21</sup> EKINS, Paul. Apud ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch.

Em seu artigo para a publicação do World Watch Institute, “Estado do Mundo”, Assaudorian traz números impressionantes de como o consumismo se faz presente no cotidiano, sem que sequer percebamos.

Um estudo de 2002 constatou que crianças britânicas conseguiam identificar mais personagens do Pokémon do que espécies de animais selvagens. Logotipos são reconhecidos por crianças de 2 (dois) anos de idade – que sequer sabem ler, mas já sabem que o “M” dourado identifica a rede de lanchonetes fastfood “Mc Donalds”<sup>22</sup>.

Até mesmo as tradições – a variável mais expressiva das culturas – estão absorvidas pelo consumismo. Desde a morte de um ente querido e a “*necessidade*” de comprar um caixão caro e uma lápide a sua altura, até festividades religiosas, como o natal ou a páscoa, que se transformaram em datas chave para o comércio, que recheia todos os meios de comunicação com publicidades anunciando todas as coisas que “*não podem faltar*” na sua comemoração: presentes, chocolates, comidas, enfeites e tudo mais que conseguirem vender sob o pretexto de celebração<sup>23</sup>.

Uma pesquisa anual com alunos de primeiro ano de faculdades americanas também anunciou algo alarmante: a importância de ter uma boa situação financeira vem crescendo enquanto a de se construir uma vida plena de sentido vem diminuindo<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> Robert Welsch e Luis Vivanco, Introduction to Cultural Anthropology (McGraw-Hill Higher Education, em breve), Capítulo 2, pp. 1–65 versão preliminar apud ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch.

<sup>23</sup> ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch. p. 10.

<sup>24</sup> <sup>24</sup> Welsch e Vivanco, op. cit. nota 18, pp. 16–18; materialismo, de Tim Kasser, The High Price of Materialism (Cambridge: The MIT Press, 2003); estudantes e Figura 1 de J. H. Pryor et al., The American Freshman: National Norms for Fall 2008 (Los Angeles: Higher Education Research Institute, UCLA, 2008); Güliz Ger e Russell W. Belk, “Cross-cultural Differences in Materialism”, Journal of Economic Psychology, no. 17 (1996), pp. 55–77 apud ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch.

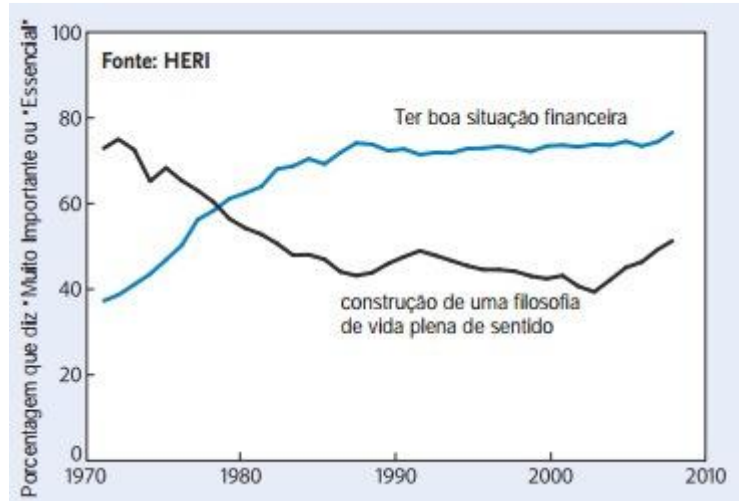


Figura 1 - Aspirações de alunos de primeiro ano de faculdades nos EUA, 1971 - 2008

Esse fenômeno não foi constatado apenas nos Estados Unidos, mas também em outros 12 (doze) países em estudo conduzido pelos psicólogos Güliz Ger e Russell Belk, que constataram altos níveis de materialismo entre os jovens, inclusive em economias de transição.<sup>25</sup>

Apesar de o fenômeno do consumismo estar entranhado na cultura ocidental de maneira tão profunda, é claro que ele não está isento de consequências. A geração de resíduos é apenas uma delas, e o fato de esse comportamento se perpetuar deixa a situação ainda mais alarmante.

Considerando os custos sociais e ecológicos trazidos por esse fenômeno, faz sentido que intencionalmente tentemos mudar esse comportamento, através de campanhas, mudanças legislativas e práticas que ajudem a recuperar o bem estar do planeta. A cientista ambiental Donella Meadows afirma que o modo de se potencializar uma mudança em um sistema é alterando o seu paradigma, ou seja suas ideias fundacionais. No caso do consumismo, a premissa básica a ser alterada deveria ser a ideia de que mais bens materiais fazem as pessoas mais felizes. É claro que as sociedades resistirão a mudanças em suas bases mais sólidas, mas a longo prazo, grandes modificações poderiam ajudar a preservar o planeta e até aumentar o

<sup>25</sup> Welsch e Vivanco, op. cit. nota 18, pp. 16–18; materialismo, de Tim Kasser, *The High Price of Materialism* (Cambridge: The MIT Press, 2003); estudantes e Figura 1 de J. H. Pryor et al., *The American Freshman: National Norms for Fall 2008* (Los Angeles: Higher Education Research Institute, UCLA, 2008); Güliz Ger e Russell W. Belk, “Cross-cultural Differences in Materialism”, *Journal of Economic Psychology*, no. 17 (1996), pp. 55–77 apud ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: *Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável* / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch.

índice de satisfação da coletividade, que deixaria de ver na prosperidade econômica o ingrediente essencial para a felicidade<sup>26</sup>.

### 2.2.2 Panorama do Consumo na Sociedade Contemporânea

Como colocado anteriormente, os países desenvolvidos estão mais expostos ao fenômeno do consumismo e tendem a comprar mais quantidade e produtos mais industrializados.

A grande questão de consumir bens industrializados é que, além de que contém mais conservantes e por isso são mais prejudiciais a saúde (claramente, os bens de consumo comestíveis, nesse caso), normalmente contém mais camadas de embalagens, gerando uma maior quantidade de resíduos<sup>27</sup>. A comparação entre a compra de supermercado das famílias alemãs, mexicanas, equatoriana e chadiana expostas nas fotografias abaixo são capazes de ilustrar a diferença de consumo entre os países desenvolvidos e subdesenvolvidos ou em desenvolvimento.



Figura 2 - Compras mensais de uma família alemã e uma mexicana<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Donella Meadows, *Leverage Points: Places to Intervene in a System* (Hartland, VT: The Sustainability Institute, 1999), pp. 17–19. apud ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: *Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável* / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch

<sup>27</sup> GABRIELLE, Casimiro. **Consumo Sustentável para a minimização de Resíduos Sólidos Urbanos**. 2011. 119 p. Dissertação de Mestrado (Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

<sup>28</sup> Christofidis, material de aula, 2009. apud GABRIELLE, Casimiro. **Consumo Sustentável para a minimização de Resíduos Sólidos Urbanos**. 2011. 119 p. Dissertação de Mestrado (Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.





Figura 3 - Compras mensais de uma família equatoriana e uma chadiana<sup>29</sup>

Outro bom indicativo de como o consumo está intimamente ligado ao desenvolvimento do país é a crise econômica que vem sendo enfrentada pelo Brasil e a sua consequente queda no consumo.

Fatores como estabilidade financeira e principalmente o emprego formal, com carteira assinada, dão a segurança esperada pela população para consumir mais. Em um cenário de crise, o medo do desemprego e a instabilidade financeira e política, típica de países em desenvolvimento promove uma drástica queda no consumo<sup>30</sup>.

Uma reportagem do Valor Econômico<sup>31</sup>, de 09 de setembro de 2015, apontou que 86% dos entrevistados acreditavam que o Brasil estava vivendo uma crise econômica e que 66% consideravam a situação do país ruim ou péssima.

Como reflexo direto desse cenário, 57% dos entrevistados afirmaram já terem mudado seus hábitos de consumo e 21% pretendiam mudá-los por conta da crise, totalizando 78% dos que participaram da enquete.

<sup>29</sup> Christofidis, material de aula 2009. apud GABRIELLE, Casimiro. **Consumo Sustentável para a minimização de Resíduos Sólidos Urbanos**. 2011. 119 p. Dissertação de Mestrado(Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

<sup>30</sup> GABRIELLE, Casimiro. **Consumo Sustentável para a minimização de Resíduos Sólidos Urbanos**. 2011. 119 p. Dissertação de Mestrado(Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

<sup>31</sup> Valor Econômico < <http://www.valor.com.br/brasil/4215332/crise-faz-mais-da-metade-dos-brasileiros-mudar-habitos-de-consumo> > acesso em 13.06.2017.

Esses números são um indicativo expressivo para perceber que a mudança nos paradigmas do consumo, necessária para a redução da geração de resíduos sólidos e consequente preservação do meio ambiente, deve iniciar nos países desenvolvidos, que tem maiores condições econômicas de manejar uma política de redução, além de, é claro, em uma visão globalizada, tornarem-se o cume da pirâmide social, capazes de criar novos parâmetros de consumo e promoverem o efeito *trickle down* para que os países em desenvolvimento passem a reproduzir as novas práticas de consumo sustentável preconizadas.

### 3. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E CONSUMO SUSTENTÁVEL

Para entendermos melhor os conceitos de consumo sustentável e de desenvolvimento sustentável, é importante a menção a dois momentos marcantes na história das discussões sobre os problemas ambientais<sup>32</sup>.

Antes da década de 70, alguns poucos cientistas, administradores e grupos ativistas se preocupavam com a crise ambiental e a consequente escassez de recursos naturais e poluição. As nações mais ricas atribuíam ao chamado “terceiro mundo” a responsabilidade pela degradação ambiental, levando em conta apenas a variável do intenso crescimento vegetativo.

Foi a partir dessa década que a crise ambiental começou a ser tratada com mais seriedade e de maneira mais ampla por outros segmentos da sociedade, principalmente por meio de movimentos de massas. A fundação da famosa ONG *Greenpeace*, por exemplo, data de 1971, em Vancouver, Canadá<sup>33</sup>.

Dessa forma, além do discurso que antes atribuía a responsabilidade pela crise ambiental somente aos países em desenvolvimento, surgiu outra vertente que passou a atribuir essa “culpa” não ao aumento populacional experimentado por essas nações, mas sim ao impacto destrutivo das tecnologias e da produção industrial ao meio ambiente<sup>34</sup>.

Em 1987, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela Organização Mundial das Nações Unidas (ONU), publicou o Relatório Brundland, intitulado “Nosso Futuro Comum” (Our Common Future), que objetivou a criação de uma declaração universal sobre a proteção do meio ambiente e o desenvolvimento sustentável.

O Relatório Brundland, no entanto, seguiu a proposição de que os países em desenvolvimento estariam cercados por problemas ambientais atribuídos à pobreza e ao

---

<sup>32</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Promoção do consumo sustentável através do princípio da informação ambiental ao consumidor. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 104. Ano 25. P. 149-178. São Paulo: Ed. RT, mar-abr. 2016.

<sup>33</sup> Disponível em <http://www.greenpeace.org/brasil/pt/quemsomos/Greenpeace-no-mundo/> - Acesso em 21 de maio de 2017.

<sup>34</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Promoção do consumo sustentável através do princípio da informação ambiental ao consumidor. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 104. Ano 25. P. 149-178. São Paulo: Ed. RT, mar-abr. 2016

crescimento populacional, enfatizando a chamada *poluição da pobreza*, em detrimento da *poluição da riqueza*<sup>35</sup>.

Nesse contexto, reforçou a ideia de que o crescimento econômico dos países do sul deve ser acelerado, numa tentativa de preservar o meio ambiente.<sup>36</sup> Dessa forma, o Relatório propõe o conceito de **desenvolvimento sustentável** como

o processo de mudanças no qual a exploração de recursos, o direcionamento de investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais estão todos em harmonia e focados em melhorar o potencial para atender às necessidades e aspirações humanas, tanto atuais quanto futuras<sup>37</sup>.

“Nosso futuro comum” foi um dos primeiros passos da humanidade em direção a uma maior conscientização da variável ambiental em escala global. A partir desse momento, o debate acerca da influência das condutas humanas na saúde do planeta começou a se intensificar e caminhar na direção de uma mudança na maneira como a sociedade se desenvolvia, dirigindo-se rumo à sustentabilidade.

Apesar de considerar que a *poluição da pobreza* se sobreporia à *poluição da riqueza* o relatório considerou, ainda que não com o devido destaque, o problema do estilo de vida dos países ricos, que deveriam observar sua compatibilidade com os recursos disponíveis no planeta<sup>38</sup>.

Finalmente, o segundo momento, em 1992, aconteceu a Conferência Rio-92 (Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento Sustentável) que, por óbvio, foi precedida de reuniões e preparativos que concluíram que os países ricos é que na verdade

---

<sup>35</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Promoção do consumo sustentável através do princípio da informação ambiental ao consumidor. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 104. Ano 25. P. 149-178. São Paulo: Ed. RT, mar-abr. 2016. pp. 151 – 152.

<sup>36</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Idem. pp. 152.

<sup>37</sup> WCED – United Nations World Commission on Environment and Development. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, 1987, p. 43. “In essence, sustainable development is a process of change in which the exploitation of resources, the direction of investments, the orientation of technological development; and institutional change are all in harmony and enhance both current and future potential to meet human needs and aspirations.

<sup>38</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. cit. pp. 152.

seriam os protagonistas da degradação ambiental a nível global. A justificativa disso seria a industrialização e a produção e consumo excessivos de bens<sup>39</sup>.

Diante deste quadro, a mencionada Conferência definiu a Agenda 21, documento que objetivou o estabelecimento de um novo padrão de desenvolvimento em que a sustentabilidade fosse levada em conta e determinou que as principais causas de deterioração ininterrupta do meio ambiente eram os padrões insustentáveis de consumo e produção, especialmente nos países industrializados <sup>40</sup>.

A Agenda 21 reservou um capítulo exclusivo para tratar do tema de consumo e produção sustentáveis, mudanças nos padrões necessárias à sobrevivência do ser humano no planeta com a qualidade de vida que conhecemos. Ressaltou-se o caráter insustentável do consumo nos países desenvolvidos e como as necessidades básicas da maior parte dos consumidores no mundo não são sequer atendidas.

A partir da publicação da Agenda 21 foram criadas medidas com o intuito de promover maior transparência ambiental nas empresas - tais como o selo ISO 14001, certificado conferido à empresa que segue requisitos específicos de gestão ambiental, com políticas e metas ambientalmente sustentáveis<sup>41</sup>. Tais mecanismos acabaram por cair nas graças da opinião pública, que passou a valorizar mais as empresas que tinham uma política ambiental sustentável – o que pode-se considerar um primeiro passo para a promoção do consumo sustentável, o chamado, consumo verde <sup>42</sup>.

No entanto, apesar de muito importante, esse passo não foi (nem é) suficiente para uma diminuição no consumo excessivo de bens e serviços, que segue atribuindo status e fazendo

---

<sup>39</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Idem. pp. 152 – 153.

<sup>40</sup> BRASIL. Câmara dos Deputados. Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias. Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento: Agenda 21. Brasília: 1995 apud PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Consumo Sustentável: limites e possibilidades das práticas de consumo no contexto nacional. Revista de Direito Ambiental. Vol. 85. Ano 22. p. 191-216. São Paulo: Ed. RT, jan.-mar. 2017.

<sup>41</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 195.

<sup>42</sup> O consumo verde é diferente do consumo sustentável, visto que não pretende criar uma conscientização no consumidor no sentido de evitar compras desnecessárias, mas sim de enfatizar a capacidade do consumidor de agir coletivamente, preferindo um produto a outro baseado no critério ambiental, que inclui tanto a cadeia de produção quanto a composição dos bens escolhidos. O movimento é considerado uma espécie de transferência da atividade regulatória para o cidadão, através de suas escolhas de consumo. A estratégia do consumo verde perdeu lugar para a estratégia do consumo sustentável, que preocupa-se com a quantidade de produto que está sendo produzida e com a maneira como ele está sendo descartado.

parte do paradigma cultural na sociedade contemporânea. Uma prova disso foi que o tema voltou ao debate na Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (CNUDS), conhecida como Rio +20, e é um dos 17 (dezessete) Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) definidos nesse evento: “*Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis*”.

### 3.1 Fundamentação jurídica do consumo sustentável

O conceito de consumo sustentável foi definido pela ONU, através do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) que estabeleceu que

(...) o uso de serviços e produtos relacionados que respondem às necessidades básicas e trazem uma melhor qualidade de vida ao mesmo tempo em que minimizam o uso de recursos naturais e materiais tóxicos, bem como as emissões de resíduos e poluentes ao longo do ciclo de vida do serviço ou do produto, de forma a não comprometer as necessidades das futuras gerações<sup>43</sup>.

Também quando revisou as Diretrizes para proteção dos consumidores estabelecida pela Resolução 39/248 de 1985, através da Resolução 70/186, no ano de 2015, a Assembleia Geral da ONU definiu o consumo sustentável como “*a satisfação das necessidades de produtos e serviços das gerações presentes e futuras, de modo que sejam sustentáveis do ponto de vista econômico, social e ambiental*”<sup>44</sup>.

O consumo sustentável, no Brasil, está instrumentalizado em diversos dispositivos, de cunho ambiental e de proteção ao consumidor que acabam por limitar a livre iniciativa, um dos fundamentos da República Federativa do Brasil.

Por tratar-se de um tema interdisciplinar, é necessário que avaliemos a fundamentação deste tema no ordenamento jurídico brasileiro, perpassando por inúmeras normas, dispositivos e princípios.

---

<sup>43</sup> PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. ABC DO CPS – Esclarecendo conceitos sobre consumo e produção sustentável (CPS), França: PNUMA, 2012, p. 12.

<sup>44</sup> Disponível em: [http://www.un.org/en/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/70/186](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/186) - acesso em 13.06.2017.

Recentemente, a Lei 13.186 de 11 de novembro de 2015 instituiu a Política de Educação para o Consumo Sustentável. Apesar de muito relevante para a temática ora abordada, a Lei é extremamente sucinta e carece de mecanismos que a tornem eficaz.

Para a Lei 13.186/2015, através de seu artigo 1º, parágrafo único, consumo sustentável é *“o uso dos recursos naturais de forma a proporcionar qualidade de vida para a geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras”*.

A norma também define objetivos e em seu artigo 3º determina que para atendê-los, incumbe ao Poder Público, em âmbito federal, estadual, distrital e municipal, promover campanhas em prol do consumo sustentável em espaço nobre dos meios de comunicação em massa e capacitar os profissionais da área da educação para inclusão do tema nos programas de educação ambiental dos ensinos fundamental e médio.

Passaremos agora a análise dos princípios que fundamentam o instituto do consumo sustentável no ordenamento jurídico brasileiro.

### 3.1.1 Princípios que norteiam a relação de consumo sustentável

A Constituição Federal de 1988 estabelece que a ordem econômica e financeira se funda na valorização do trabalho e da livre iniciativa objetivando a proteção da dignidade da pessoa humana. Para isso, institui princípios tais como o da defesa do consumidor e o da defesa do meio ambiente, que limitam a livre iniciativa, obrigada a obedecer a esses parâmetros.

Direitos transindividuais como a proteção do meio ambiente e do consumidor dependem da cooperação de todas as forças sociais para sua realização. Eles só podem ser realizados por meio de esforços conjuntos do Estado, das corporações públicas e privadas e da comunidade internacional<sup>45</sup>.

Dessa forma vemos que não só o Estado é responsável pela mudança de paradigmas, através da positivação de normas que busquem proteger o meio ambiente e o consumidor, mas

---

<sup>45</sup> BOSSELMAN, Klaus, 1998, p. 293-294. In: SARLET, Ingo Wolfgang; FERNSTERSEIFER, Tiago. *Direito Constitucional Ambiental: Constituição, Direito Fundamentais e Proteção do Meio Ambiente*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013, p. 46. Apud PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Opc. Cit. pp. 199.

também toda a sociedade – o empreendedor, o próprio consumidor e também entidades não governamentais e internacionais, que devem sempre buscar a preservação desses valores. O próprio princípio constitucional da defesa do consumidor exige que a atuação de todos os agentes da relação de consumo seja conjunta, no sentido de adotar políticas de prevenção e repressão, propiciando, assim, uma melhor qualidade de vida para todos<sup>46</sup>.

O mesmo ocorre com a defesa do meio ambiente. Como já explicitado aqui, a Constituição Federal de 1988 atribuiu a toda a coletividade o dever de preservar o meio ambiente para as presentes e futuras gerações, visto ser um bem de uso comum do povo. Dessa maneira, exige-se de todos, inclusive dos consumidores e dos fornecedores que pautem sua oferta e demanda em condições que possibilitem a sadia qualidade de vida e a manutenção do equilíbrio ecológico.

A livre iniciativa, apesar de garantida constitucionalmente, é tão valorável quanto a defesa do meio ambiente e do consumidor. Graças a isso, tantos instrumentos vêm sendo criados e de certa forma, limitam a atuação dos produtores e empreendedores, objetivando a garantia dos demais direitos constitucionais. Certamente, esta ponderação é um desafio para a sociedade contemporânea, que ao mesmo tempo tem que entender a necessidade de harmonização de todas essas variáveis.

Percebe-se por exemplo, que, entre o direito do consumidor e o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado existe a semelhança com que o legislador preocupou-se em protegê-los: apenas a ameaça a qualquer um desses direitos já é suficiente para uma ação protetiva<sup>47</sup>.

No campo do direito ambiental os princípios da prevenção e da precaução se ocupam de garantir a proteção do meio ambiente diante de qualquer risco e no âmbito do direito do consumidor, esse cenário não é diferente: o simples fato de haver risco, mesmo que futuro, já justifica a utilização de instrumentos legais e constitucionais para responsabilização dos fornecedores e exigência de mudanças na cadeia de produção.

---

<sup>46</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 199.

<sup>47</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 200.



Essa necessidade de atuação conjunta do Estado, com outros setores da sociedade, incluindo os consumidores comuns, “povo” na letra do artigo 225 da CF/88, é o que motiva muitos autores a afirmarem que o suporte normativo-axiológico dos direitos trans-individuais é o princípio da solidariedade<sup>48</sup>.

### 3.1.1.1 Princípio da Solidariedade

O Princípio da Solidariedade não é exclusivo do direito ambiental, mas nessa seara ganha o título de princípio da solidariedade intergeracional. Isso porque, busca assegurar a solidariedade da presente geração em relação às futuras, para que também possam usufruir dos recursos naturais de maneira sustentável, e assim sucessivamente.

Fala-se em dois tipos de solidariedade: a solidariedade sincrônica e a diacrônica. A solidariedade sincrônica preconiza a cooperação nas relações entre as diferentes gerações que convivem em um mesmo momento no tempo – seriam todas presentes, contemporâneas. Já a chamada solidariedade diacrônica, é aquela que se refere às gerações do após, ou seja, aquelas que ainda estão por vir, na sucessão do tempo. Dessa forma, o direito ambiental escolheu por batizar o princípio da solidariedade como *intergeracional* pois traduz o vínculo **entre** as gerações presentes e **com** as gerações futuras<sup>49</sup>.

Nesse viés, o princípio da solidariedade é importante justamente por impor à livre iniciativa e concorrência a necessidade de obediência à valores sociais que vão além dos interesses comerciais dos empreendedores, atribuindo aos empreendimentos econômicos, **função social** condizente com as bases do ordenamento jurídico brasileiro – a dignidade da pessoa humana, por exemplo.

Além do princípio da solidariedade entre as gerações, fundamental para a proteção do meio ambiente, já exaustivamente citado no presente trabalho, torna-se importante que citeamos outros três princípios<sup>50</sup> indispensáveis para nortear a relação de consumo ambientalmente sustentável.

---

<sup>48</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 199.

<sup>49</sup> MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édis Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

<sup>50</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza, SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 202.

### 3.1.1.2 Princípio do desenvolvimento sustentável

O desenvolvimento sustentável, que na Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento de 1992 ocupou o primeiro lugar no documento e apontou que “*os seres humanos estão no centro das preocupações com o desenvolvimento sustentável. Têm direito a uma vida saudável e produtiva, em harmonia com a natureza*”.

Baseados nesse preceito, tanto o direito ambiental quanto o direito do consumidor tem o poder de restringir e modificar o modo de agir dos sujeitos da relação de consumo, direcionando as políticas públicas e as atuações dos particulares de maneira a garantir aos indivíduos a manutenção do equilíbrio ecológico.

Nas palavras de Juarez Freitas, o princípio do desenvolvimento sustentável estatui com eficácia direta e imediata,

(...) em primeiro lugar, o reconhecimento da titularidade dos direitos daqueles que ainda não nasceram. Em segundo lugar, impõe assumir a ligação de todos os seres, acima das coisas, e a inter-relação de tudo. De fato, uma das lições mais significativas das ciências ambientais é de que todas as coisas são interdependentes. Em terceiro lugar, o princípio determina sopesar os benefícios, os custos diretos e as externalidades, ao lado dos custos de oportunidade, antes de cada empreendimento<sup>51</sup>.

### 3.1.1.3 Princípio da Participação

Através do princípio da participação, que não é exclusivo do Direito Ambiental objetiva-se a participação de toda a sociedade, em ação conjunta com o Poder Público, para a preservação do meio ambiente e a solução dos problemas ambientais<sup>52</sup>.

O envolvimento do cidadão é extremamente necessário, visto que a efetividade da implantação de políticas ambientais depende da adesão e conscientização da população. Como já mencionado, os direitos trans-individuais dependem dessa colaboração de todos os setores

---

<sup>51</sup> FREITAS, Juarez. Sustentabilidade: direito ao futuro. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2012, p. 33.

<sup>52</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 203.

da sociedade, que devem estar cientes e participar, de forma a contribuir para a proteção e melhora do meio ambiente, que é bem e direito de todos.

Como veremos mais adiante, o instituto da logística reversa, preconizado pela Política Nacional de Resíduos Sólidos é um ótimo exemplo da aplicabilidade do princípio da participação. Para que a logística reversa seja efetiva e atinja seu objetivo é imprescindível que todos os agentes da cadeia de consumo ajam conjuntamente. Outro exemplo seria a garantia, estabelecida por lei, de realização de audiências públicas no curso de processos de licenciamento ambiental que demandem a realização de estudos prévios de impacto ambiental<sup>53</sup>.

Nesse sentido, o Princípio 10 da *Declaração do Rio*, de 1992, estabeleceu que

a melhor maneira de tratar questões ambientais é assegurar a participação, no nível apropriado, de todos os cidadãos interessados. No nível nacional, cada indivíduo deve ter acesso adequado a informações relativas ao meio ambiente de que disponham as autoridades públicas, inclusive informações sobre materiais e atividades perigosas em suas comunidades, bem como a oportunidade de participar de processos decisórios. Os Estados irão facilitar e estimular a conscientização e a participação pública, colocando a informação à disposição de todos. Deve ser proporcionado acesso efetivo a mecanismos judiciais e administrativos, inclusive no que se refere à compensação e reparação de danos<sup>54</sup>.

O princípio da participação está intimamente ligado ao da informação ambiental<sup>55</sup>, visto que os cidadãos com maior acesso à informação tem mais condições de atuar sobre a sociedade, e de se tornarem ativos nas decisões que lhes interessam mais diretamente.

#### 3.1.1.4 Princípio da Informação Ambiental

O Princípio da informação ambiental, por sua vez, assume extrema importância visto que é o responsável pela aplicabilidade de qualquer instrumento de preservação do meio ambiente

<sup>53</sup> MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édis Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

<sup>54</sup> Disponível em: <http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf> - acesso em 21.05.2017

<sup>55</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 203.

que dependa da participação da coletividade<sup>56</sup>. É necessário que a sociedade tenha acesso à informação para que tenha ideia de como preservar e de qual é o seu papel na cadeia de consumo. Dessa maneira, percebe-se a relevância da educação e conscientização ambiental e a promoção destas pelo Poder Público, dever este expresso no artigo 225, §1º, VI da Constituição de 1988.

Também a Política Nacional de Meio Ambiente, instituída pela Lei 6.938 de 1981, estabelece a obrigação do Estado de produzir um cadastro de informações ambientais e de assegurar ao público a prestação de informações sobre o meio ambiente (art. 9º, incisos VII e XI). Em 2003, foi publicada a Lei 10.650, que dispõe sobre o acesso público aos dados e informações existentes nos órgãos e entidades integrantes do SISNAMA – Sistema Nacional do Meio Ambiente.

Essa instrumentalização do acesso à informação é necessária para que a sociedade se conscientize do seu papel na preservação do meio ambiente e para que a partir daí tenha condições de participar e se tornar ativa nessa atuação conjunta, preconizada pelo princípio da participação.

Dentro do escopo deste estudo, qual seja o consumo sustentável, somente através do acesso à informação, é que os indivíduos tem a capacidade de avaliar os produtos e escolher melhor a maneira como querem e devem consumir, levando em conta a variável ambiental – os materiais utilizados na produção e os riscos que oferece ao meio ambiente.

O Código de Defesa do Consumidor também tem, por conta disso, papel importante na conscientização sobre o consumo sustentável. Dessa forma, através da premissa básica estabelecida em seu artigo 4º, inciso I, que reconhece a **hipervulnerabilidade** do consumidor, obriga o produtor/fornecedor a prestar informações, capacitando o consumidor a avaliar o seu modo de consumo e a integrar a cadeia da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos<sup>57</sup>.

---

<sup>56</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Op. Cit. pp. 203.

<sup>57</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Promoção do consumo sustentável através do princípio da informação ambiental ao consumidor. Revista de Direito do Consumidor. Vol. 104. Ano 25. P. 149-178. São Paulo: Ed. RT, mar-abr. 2016. pp. 151 – 152. pp. 156.

Segundo Leonardo de Medeiros Garcia, a melhor maneira de promover o consumo sustentável é dar a máxima e ampla informação sobre os benefícios e malefícios que os produtos e serviços podem causar ao meio ambiente<sup>58</sup>.

Dessa forma, o consumidor poderá fazer escolhas de forma motivada para ajudar a proteger o meio ambiente, dentre outras formas optando por produtos e serviços cuja origem seja menos impactante, evitando o desperdício, procedendo corretamente no descarte (fase pós consumo) dos resíduos sólidos e até optando por não consumir mais algum produto ou serviço que entenda ser prejudicial ao meio ambiente.

Nas palavras de Maria Alexandra Aragão, o “direito a conhecer” os impactos ambientais dos produtos e também dos resíduos gerados é a primeira condição para que o consumidor possa realizar uma compra responsável<sup>59</sup>.

O “direito a conhecer”, preconizado por Aragão, é fundamental para a sociedade, visto que, geralmente, os malefícios causados pelo consumo “insustentável” (termo aqui utilizado como irresponsável, sem noção da proporção do possível dano) apresentam resultado mediato e ocorrem pela conjugação de fatores difíceis de serem identificados. Dessa maneira, há uma dificuldade do consumidor em perceber o nexo entre suas ações e a degradação ambiental, o que acaba por criar um obstáculo para a modificação dos hábitos do consumo<sup>60</sup>.

Segundo as autoras Marilena Lazzarini e Lisa Gunn,

os consumidores precisam estar convencidos de que quando fazem compras estão, de fato, exercendo uma responsabilidade social, política e moral que vai além dos seus interesses particulares<sup>61</sup>.

---

<sup>58</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Idem. pp. 157.

<sup>59</sup> ARAGÃO, Maria Alexandra de Souza. A compra responsável e a prevenção de resíduos domésticos. *Conferência Nacional sobre a qualidade do ambiente, Lisboa*, n. 6, vol. 1, p. 1-7, Actas. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 1999, p.3. apud GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 158 – 159.

<sup>60</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 159.

<sup>61</sup> LAZZARINI, Marilena; GUNN, Lisa. Consumo Sustentável. In: BORN, Rubens Harry (coord.). *Diálogos entre as esferas global e local: contribuições de organizações não governamentais e movimentos sociais brasileiros para a sustentabilidade, equidade e democracia planetária*. São Paulo: Petrópolis, 2002. P. 83. Apud GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 159.

Essa conscientização do consumidor sobre o impacto ambiental dos produtos e serviços somente é possível através da educação e da informação clara.

A educação ambiental, nesse contexto, está intimamente ligada a cidadania. O indivíduo que está consciente de seus direitos e deveres, não apenas para si, mas para toda a sociedade, é necessariamente alguém que recebeu essa orientação educacional, imprescindível para a formação e a promoção do consumo sustentável.

Não por outro motivo, o Código de Defesa do Consumidor, possui inúmeros dispositivos que preconizam a educação e a informação ampla e clara ao consumidor. Um dos objetivos da Política Nacional de Relações de Consumo, disposta no artigo 4º, inciso IV da normativa consumerista é *“a educação e a informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo”*.

A informação, educação e a liberdade de escolha são também elencadas no rol de direitos do consumidor da mesma legislação, garantindo ao polo hipossuficiente, uma relação mais justa e igualitária, em que poderá basear suas escolhas de consumo nas variáveis que julgar mais adequadas, tendo em vista seus direitos e deveres inerentes à cidadania. Nesse momento, a variável ambiental deve ser levada em conta, e somente a educação será capaz de propagar esse valor tão importante para a promoção do desenvolvimento sustentável e para a qualidade de vida do planeta para as presentes e futuras gerações<sup>62</sup>.

Interessante análise é trazida pela autora Manuela Prado Leitão<sup>63</sup>, que afirma que o termo *riscos* constante do artigo 6º, inciso III do CDC<sup>64</sup>, não estaria relacionado somente à possibilidade de danos à saúde e à segurança do consumidor, mas também à possibilidade de degradação ambiental – afinal, a degradação ambiental oferece verdadeiros riscos tanto à saúde quanto à segurança do consumidor, que não deveria ser informado apenas dos riscos diretos do consumo, mas também dos indiretos.

---

<sup>62</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 160 – 163.

<sup>63</sup> LEITÃO, Manuela Prado. *Rotulagem ecológica e o direito do consumidor à informação*. Porto Alegre: Verbo jurídico, 2012. P. 153 apud GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 164.

<sup>64</sup> “Artigo 6º - São direitos básicos do consumidor: (...) III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;”.

Por fim, sobre a informação ambiental disposta no Código de Defesa do Consumidor, está a previsão do artigo 31. Este artigo está no Capítulo V, que trata das práticas comerciais, na seção que dispõe normas sobre a oferta. Determina, então, que as informações sejam corretas, claras, precisas, ostensivas sobre vários aspectos que envolvem os produtos e serviços como qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, validade, origem, dentre outros; bem como dos riscos à saúde e segurança dos consumidores.

Por se encontrar neste exato capítulo, na Seção que dispõe sobre a oferta de produtos e serviços, o artigo mencionado possui um aspecto bem prático na promoção do consumo sustentável: geralmente, é no momento da oferta que o consumidor tem a possibilidade de avaliar como, quanto e porque vai consumir tal produto<sup>65</sup>.

É claro que a informação ambiental é essencial em todas as fases do consumo. No pós-consumo, por exemplo, é necessário que o consumidor saiba como descartar o resíduo gerado, com o objetivo de gerar menos poluição.

Por isso, a rotulagem ambiental, prevista como um dos objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos, que será alvo de capítulo específico e por isso, não esmiuçada agora, deve ser incentivada, com vistas a melhor informar e orientar o consumidor sobre os benefícios e malefícios causados pelo consumo de tal produto ou serviço, desde os riscos oferecidos pela produção, uso ou descarte da mercadoria<sup>66</sup>.

Expressões vagas como “amigo do meio ambiente”, “produto verde” ou “100% natural” devem ser evitadas, visto que não são claras e precisas; não informam efetivamente o consumidor sobre os riscos ambientais causados pelo produto<sup>67</sup>. Vale mencionar, que, no caso de indução ao erro, rótulos que contenham expressões desse tipo podem ser considerados publicidade enganosa (artigo 37 §1º do CDC), submetendo os infratores às sanções legais cabíveis<sup>68</sup>.

---

<sup>65</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 169 – 170.

<sup>66</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 170.

<sup>67</sup> Este tipo de ação é conhecido como “maquiagem ambiental” ou “maquiagem verde” (em inglês *greenwashing*). “É a construção de uma imagem ecologicamente correta sem que haja um real compromisso ambiental”. (LE MOS, Patrícia Faga Iglecias; SODRE, Marcelo. Consumo Sustentável. *Caderno de Investigações Científicas, Brasília*. Vol. III, Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, 2013, p. 134).

<sup>68</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. pp. 171.

Por fim, além das exigências dispostas no artigo 31 do CDC, o CONAR – Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária – determina que é necessário que a informação ambiental seja *veraz* (verdadeira e passível de comprovação); *pertinente* (deve guardar relação com o processo de produção e de comercialização do produto/serviço anunciado); e *relevante* (o benefício ambiental deverá ser significativo em termos do impacto do produto ou serviço sobre o meio ambiente, em todo o seu ciclo de vida)<sup>69</sup>.

---

<sup>69</sup> O CONAR em seu Código Brasileiro de Autorregulação Publicitária, anexo “U” – Apelos de Sustentabilidade – define que: “Além de atender às provisões gerais deste Código, a publicidade submetida a este Anexo deverá refletir a responsabilidade do anunciante para com o meio ambiente e a sustentabilidade e levará em conta os seguintes princípios: 1. CONCRETUDE - As alegações de benefícios socioambientais deverão corresponder a práticas concretas adotadas, evitando-se conceitos vagos que ensejem aceções equivocadas ou mais abrangentes do que as condutas apregoadas. A publicidade de condutas sustentáveis e ambientais deve ser antecedida pela efetiva adoção ou formalização de tal postura por parte da empresa ou instituição. Caso a publicidade apregoe ação futura, é indispensável revelar tal condição de expectativa de ato não concretizado no momento da veiculação do anúncio. 2. VERACIDADE - As informações e alegações veiculadas deverão ser verdadeiras, passíveis de verificação e de comprovação, estimulando-se a disponibilização de informações mais detalhadas sobre as práticas apregoadas por meio de outras fontes e materiais, tais como websites, SACs (Serviços de Atendimento ao Consumidor), etc. 3. EXATIDÃO E CLAREZA As informações veiculadas deverão ser exatas e precisas, expressas de forma clara e em linguagem compreensível, não ensejando interpretações equivocadas ou falsas conclusões. 4. COMPROVAÇÃO E FONTES - Os responsáveis pelo anúncio de que trata este Anexo deverão dispor de dados comprobatórios e de fontes externas que endossem, senão mesmo se responsabilizem pelas informações socioambientais comunicadas. 5. PERTINÊNCIA - É aconselhável que as informações socioambientais tenham relação lógica com a área de atuação das empresas, e/ou com suas marcas, produtos e serviços, em seu setor de negócios e mercado. Não serão considerados pertinentes apelos que divulguem como benefício socioambiental o mero cumprimento de disposições legais e regulamentares a que o Anunciante se encontra obrigado. 6. RELEVÂNCIA - Os benefícios socioambientais comunicados deverão ser significativos em termos do impacto global que as empresas, suas marcas, produtos e serviços exercem sobre a sociedade e o meio ambiente - em todo seu processo e ciclo, desde a produção e comercialização, até o uso e descarte. 7. ABSOLUTO - Tendo em vista que não existem compensações plenas, que anulem os impactos socioambientais produzidos pelas empresas, a publicidade não comunicará promessas ou vantagens absolutas ou de superioridade imbatível. As ações de responsabilidade socioambiental não serão comunicadas como evidência suficiente da sustentabilidade geral da empresa, suas marcas, produtos e serviços. 8. MARKETING RELACIONADO A CAUSAS - A publicidade explicitará claramente a(s) causa(s) e entidade(s) oficial(is) ou do terceiro setor envolvido(s) na parceria com as empresas, suas marcas, produtos e serviços.

O anúncio não poderá aludir a causas, movimentos, indicadores de desempenho nem se apropriar do prestígio e credibilidade de instituição a menos que o faça de maneira autorizada. As ações socioambientais e de sustentabilidade objeto da publicidade não eximem anunciante, agência e veículo do cumprimento das demais normas éticas dispostas neste Código.



#### 4. A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Desde o ano de 1989, a instituição de uma Política Nacional de Resíduos Sólidos vinha sendo debatida. O projeto de lei do Senado nº 354/1989 (Projeto de Lei nº 203/1991 na Câmara dos Deputados), que tratava do acondicionamento, coleta, tratamento, transporte e destinação final de resíduos de serviços de saúde, e ao qual foram apensados mais de cem outros projetos de matéria semelhante, mais ou menos abrangentes<sup>70</sup>.

Finalmente, em 02 de agosto de 2010, a Política Nacional de Resíduos Sólidos foi instituída por meio da Lei 12.305 de 2010 e regulamentada pelo Decreto 7.404 do mesmo ano. É o marco legal que reconheceu – ainda que tardiamente, somente em 2010 - um grave problema ambiental que assola o país, com origem na destinação e disposição inadequadas de resíduos e rejeitos, podendo causar contaminação dos solos, além de graves problemas de saúde para a população que convive de perto com essa poluição.

Situações de contaminação do solo e das águas subterrâneas além de colocarem em risco a saúde pública, também prejudicam a biota e a utilização dos recursos naturais renováveis disponíveis para a sociedade. O grande problema de um cenário como esse é o grande período de latência entre o fato causador e a manifestação e percepção de efeitos no meio ambiente e na vida dos residentes e frequentadores desses locais<sup>71</sup>.

A identificação do agente causador da contaminação do solo é também muito difícil, o que encontra solução na responsabilização solidária de todos os agentes. Considera-se a obrigação de remediar o solo contaminado como uma obrigação *propter rem*, ou seja, é uma espécie de obrigação que acompanha a coisa. Qualquer um que seja proprietário de um terreno cujo solo esteja contaminado terá o dever de remediá-lo, mesmo não sendo responsável por causar o dano.

---

<sup>70</sup> Informações obtidas em: <[http://www.camara.gov.br/sileg/Prop\\_Detalhe.asp?id=15158](http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=15158)> e <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/744011.pdf>>. Acesso em 11 jun 2017.

<sup>71</sup> MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édis Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

Desta forma, desde o momento da contaminação, todos os que já foram proprietários daquele local tinham o dever de remediá-lo e se não o fizeram, podem responder solidariamente por essa remediação.

Em 2014, a ABRELPE – Associação Brasileira de Limpeza Pública e Resíduos Especiais – divulgou um Panorama sobre a situação dos resíduos sólidos do Brasil que demonstrou que das 78,6 milhões de toneladas de resíduos produzidas por ano, apenas 58,4% tinham a destinação final adequada, restando assim 29.659.170 toneladas de resíduos com destinação final inadequada, somente no ano de 2014<sup>72</sup>.

A Política Nacional de Resíduos Sólidos veio atuar nesse cenário numa tentativa não só de diminuir esse percentual, mas também de, aos poucos, exterminar com o problema da destinação inadequada.

Não há como, no entanto, não se impressionar com os números expostos e imaginar qual a real necessidade de produção de tamanho volume de resíduos, e se tudo que é consumido é mesmo necessário.

Através da análise das inovações propostas por esse marco legal, o escopo deste trabalho será o de perceber se a Lei 12.305 de 2010 se preocupou somente ou primordialmente com a destinação dos resíduos ou se também ocupou-se de promover os valores do consumo sustentável e da mudança nos padrões de consumo analisados nos capítulos anteriores e responsáveis pelos espantosos números ora expostos.

#### 4.1 Formas de destinação e disposição de resíduos e rejeitos

Primeiramente, é necessário que façamos uma análise das definições de resíduos e rejeitos, destinação e disposição final ambientalmente adequada e quais seriam as principais formas de utilizadas para destinar ou dispor esses produtos do consumo.

Utilizando a definição dada pela própria política, resíduos sólidos são

---

<sup>72</sup> PANORAMA dos Resíduos Sólidos no Brasil - 2014. São Paulo: [s.n.], 2014. Disponível em <<http://www.abrelpe.org.br/Panorama/panorama2014.pdf>>. Acesso em 13 jun 2017.

material, substância, objeto ou bem descartado resultante de atividades humanas em sociedade, a cuja destinação final se procede, se propõe proceder ou se está obrigado a proceder, nos estados sólido ou semissólido, bem como gases contidos em recipientes e líquidos cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou em corpos d'água, ou exijam para isso soluções técnica ou economicamente inviáveis em face da melhor tecnologia disponível.

Já os rejeitos, também pela própria Lei 12.305, são

resíduos sólidos que, depois de esgotadas todas as possibilidades de tratamento e recuperação por processos tecnológicos disponíveis e economicamente viáveis, não apresentem outra possibilidade que não a disposição final ambientalmente adequada.

Em outras palavras, os resíduos sólidos ainda podem ter outro tipo de uso, ou seja, ainda possuem algum valor econômico. Por isso, falamos em *destinação final* desses resíduos: processos de reciclagem, reutilização ou aproveitamento econômico em que continuaram inseridos na cadeia produtiva por mais tempo.

Já os rejeitos, não possuem mais nenhuma serventia; não podem ser reciclados, nem reaproveitados, devendo então ter a correta *disposição final ambientalmente adequada*, em aterros sanitários.

As formas usuais de destinação e disposição final de resíduos e rejeitos são os **lixões**, (em teoria, extintos desde a Portaria 53 do Ministério do Interior de 1979), os **aterros sanitários**, as **usinas de compostagem**, a **reciclagem** e a **incineração**<sup>73</sup>.

O lixão é a maneira mais reprovável de disposição final: os resíduos são lançados ao solo sem qualquer estudo prévio, monitoramento ou tratamento. Desde 1979 essa prática está proibida no Brasil<sup>74</sup>. Infelizmente, na prática, ainda existem muitos lixões em funcionamento no país. O maior risco causado pelos lixões é, como anteriormente mencionado, a contaminação dos solos pelo chorume (líquido proveniente da decomposição de matéria orgânica) que pode chegar até mesmo aos lençóis freáticos e cursos d'água.

O aterro sanitário depende de um grande espaço físico para depósito dos resíduos sob rigoroso controle técnico, que minimizam ou muitas vezes até evitam os danos ambientais. É a forma de disposição final com maior custo benefício, por ser adequada e ter o menor custo de implantação.

<sup>73</sup> MILARÉ, Édís. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édís Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

<sup>74</sup> Portaria Minter nº 53, de 1 de março de 1979. Disponível em: <<http://www.ima.al.gov.br/wp-content/uploads/2015/03/Portaria-nb0-53.79.pdf>>. Acesso em: 14 jun 2017.

A usina de compostagem destina-se somente aos resíduos sólidos domésticos e busca transformar a matéria orgânica em composto para ser utilizado como adubo.

A reciclagem é velha conhecida de todos, e também vem definida pela Política Nacional de Resíduos Sólidos, como:

processo de transformação dos resíduos sólidos que envolve a alteração de suas propriedades físicas, físico-químicas ou biológicas, com vistas à transformação em insumos ou novos produtos, observadas as condições e os padrões estabelecidos pelos órgãos competentes do Sisnama e, se couber, do SNVS e do Suasa<sup>75</sup>.

Através do reprocessamento dos resíduos, é possível reaproveitá-los, fazendo com que a vida útil desse material seja maior, diminuindo a necessidade de exploração de recursos naturais e preservando assim, o meio ambiente.

Por fim, a incineração é a queima de resíduos, que pode ser considerada adequada se feita de forma controlada e para alguns tipos específicos de resíduos – em outros casos, o aterro sanitário continua sendo uma opção ambientalmente mais indicada. Os resíduos industriais e os inertes combustíveis, por exemplo, são tipos de resíduos em que se recomenda a incineração.

#### 4.2 Objetivos da PNRS

A Lei 12.305 estabeleceu, em seu artigo 7º, 15 objetivos. São eles: (1) a proteção da saúde pública e da qualidade ambiental; (2) a não geração, redução, reutilização, reciclagem e tratamento dos resíduos sólidos, bem como disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos; (3) o estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços; (4) a adoção, desenvolvimento e aprimoramento de tecnologias limpas como forma de minimizar impactos ambientais; (5) a redução do volume e da periculosidade dos resíduos perigosos; (6) incentivo à indústria da reciclagem, tendo em vista fomentar o uso de matérias-primas e insumos derivados de materiais recicláveis e reciclados; (7) a gestão integrada de resíduos sólidos; (8) a articulação entre as diferentes esferas do poder público, e destas com o setor empresarial, com vistas à cooperação técnica e financeira para a gestão integrada de resíduos sólidos; (9) a capacitação técnica continuada na área de resíduos sólidos; (10) a regularidade, continuidade, funcionalidade e universalização da prestação dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos, com adoção de mecanismos gerenciais e

---

<sup>75</sup> Lei 12.305/2010, artigo 3º, inciso XIV. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm)>. Acesso em: 13 jun 2017.

econômicos que assegurem a recuperação dos custos dos serviços prestados, como forma de garantir sua sustentabilidade operacional e financeira, observada a Lei nº 11.445, de 2007; (11) a prioridade, nas aquisições e contratações governamentais, para produtos reciclados e recicláveis e bens, serviços e obras que considerem critérios compatíveis com padrões de consumo social e ambientalmente sustentáveis; (12) a integração dos catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis nas ações que envolvam a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos; (13) o estímulo à implementação da avaliação do ciclo de vida do produto; (14) o incentivo ao desenvolvimento de sistemas de gestão ambiental e empresarial voltados para a melhoria dos processos produtivos e ao reaproveitamento dos resíduos sólidos, incluídos a recuperação e o aproveitamento energético; e finalmente, (15) o estímulo à rotulagem ambiental e ao consumo sustentável.

Desses objetivos, identificamos quatro como os principais promotores do consumo sustentável, os quais passaremos agora a analisar.

O primeiro é o disposto no inciso II do artigo 7º da PNRS *“a não geração, redução, reutilização, reciclagem e tratamento dos resíduos sólidos, bem como disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos”*.

Esse objetivo está integrado à diretriz do já mencionado princípio do desenvolvimento sustentável, que dispõe exatamente sobre a ordem de prioridade na gestão dos resíduos sólidos, disposta no artigo 9º do mesmo diploma (PNRS): não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento dos resíduos sólidos e disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos<sup>76</sup>.

Nota-se que ao eleger como prioridade a não geração de resíduos, o que a Política pretende é que se consuma com mais consciência e também que os produtos tenham um ciclo de vida mais longo, evitando que ocorra o descarte excessivo de bens que ainda poderiam ter utilidade, e são aposentados apenas pelo impulso consumista da sociedade contemporânea.

O segundo objetivo que destacamos é o do inciso III, da PNRS que objetiva promover o estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços, que, de acordo com a definição do artigo 3º, inciso XIII do mesmo diploma legal seriam:

---

<sup>76</sup> MILARÉ, Édís. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édís Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

produção e consumo de bens e serviços de forma a atender as necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras.

A definição trazida pela Lei prestigia os entendimentos abordados no capítulo anterior, de desenvolvimento sustentável e do princípio da solidariedade intergeracional, basilar para o estudo do direito ambiental e previsto no texto constitucional.

Em seguida, o inciso XVIII do artigo 7º da norma ora estudada, estabelece como um dos objetivos da Política, o estímulo à implementação da avaliação do ciclo de vida do produto. Este objetivo é de extrema importância, visto que, como já colocado, os efeitos do consumo desenfreado e da consequente geração espantosa de resíduos sólidos apresentam resultado mediato e ocorrem pela conjugação de fatores difíceis de serem identificados<sup>77</sup>. Dessa maneira, o consumidor não é capaz de entender nem de assumir que o descarte, ato tão corriqueiro no dia-a-dia causa graves danos ao meio ambiente, e por conta disso, tem mais dificuldade em modificar seus hábitos de consumo.

A informação ambiental poderia promover uma revolução na maneira como os consumidores selecionam seus produtos, a partir da avaliação do seu ciclo de vida, como objetivado pela Política Nacional de Resíduos Sólidos. No entanto, para os produtores, é mais interessante que a população não tenha acesso à informação da durabilidade do que consome, para que sua escolha não se baseie nisso, e seja mais fácil a implementação de políticas de obsolescência planejada na fabricação de mercadorias, incentivando sempre o mercado a comprar e descartar mais.

O último objetivo que selecionamos, foi o disposto no inciso XV do artigo 7º: o estímulo à rotulagem ambiental e ao consumo sustentável. Esse objetivo menciona expressamente o consumo sustentável e estimula também a rotulagem ambiental.

A rotulagem ambiental, nada mais é, do que um instrumento para promoção da informação ambiental, necessária para qualquer processo que exija a participação da coletividade. Sem o acesso à informação e à educação ambiental, não é possível exigir que a sociedade sequer ensaie qualquer mudança nos hábitos de consumo, visto não ser capaz de entender a correlação entre seus costumes e a degradação ambiental<sup>78</sup>.

#### 4.3 Instrumentos da PNRS

---

<sup>77</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. p. 159.

<sup>78</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Op. Cit. p. 169 - 170.

Para a realização desses objetivos, a Política Nacional de Resíduos Sólidos determinou, em um rol não taxativo, quais seriam os instrumentos eleitos para tal finalidade.

Assim, em seu artigo 8º definiu como instrumentos: (1) os planos de resíduos sólidos; (2) os inventários e o sistema declaratório anual de resíduos sólidos; (3) a coleta seletiva, os sistemas de logística reversa e outras ferramentas relacionadas à implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos; (4) o incentivo à criação e ao desenvolvimento de cooperativas ou de outras formas de associação de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis; (5) o monitoramento e a fiscalização ambiental, sanitária e agropecuária; (6) a cooperação técnica e financeira entre os setores público e privado para o desenvolvimento de pesquisas de novos produtos, métodos, processos e tecnologias de gestão, reciclagem, reutilização, tratamento de resíduos e disposição final ambientalmente adequada de rejeitos; (7) a pesquisa científica e tecnológica; (8) a educação ambiental; (9) os incentivos fiscais, financeiros e creditícios; (10) o Fundo Nacional do Meio Ambiente e o Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico; (11) o Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos (Sinir); (12) o Sistema Nacional de Informações em Saneamento Básico (Sinisa); (13) os conselhos de meio ambiente e, no que couber, os de saúde; (14) os órgãos colegiados municipais destinados ao controle social dos serviços de resíduos sólidos urbanos; (15) o Cadastro Nacional de Operadores de Resíduos Perigosos; (16) os acordos setoriais; (17) no que couber, os instrumentos da Política Nacional de Meio Ambiente; (18) os termos de compromisso e os termos de ajustamento de conduta; e finalmente (19) o incentivo à adoção de consórcios ou de outras formas de cooperação entre os entes federados, com vistas à elevação das escalas de aproveitamento e à redução dos custos envolvidos.

Em vista de a Lei prever uma quantidade muito grande de instrumentos, abordaremos nesse estudo apenas os mais importantes ou relevantes para a nossa temática.

#### 4.3.1 *“A coleta seletiva, os sistemas de logística reversa e outras ferramentas relacionadas à implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos”.*

O inciso III do artigo 8º da Lei 12.305/2010, neste tópico transcrito, define como instrumento da Política, as ferramentas relacionadas à implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos.

No teor do artigo 3º, inciso XVII da Lei 12.305/2010 a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos seria:

conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, para minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, bem como para reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos, nos termos desta Lei.

Vê-se, na definição legal, que a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos tem dois objetivos: minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados e reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental.

A coleta seletiva e a logística reversa são colocadas como exemplos de ferramentas que visam implementar a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos.

A coleta seletiva consiste na coleta de resíduos sólidos previamente segregados, de acordo com a sua composição, visando uma redução de custos dos processos voltados ao seu reaproveitamento<sup>79</sup>.

Por meio da coleta seletiva, não só a reciclagem como também a reutilização dos resíduos sólidos é facilitada, fazendo com que esse recurso seja um real facilitador da ampliação do ciclo de vida dessas mercadorias, que antes seriam descartadas.

A coleta seletiva deve, por isso, integrar os Planos de Resíduos Sólidos, considerando sua essencialidade para atingir a meta de disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos, prevista pela Política Nacional de Resíduos Sólidos<sup>80</sup>.

O artigo 54 da PNRS determina que a disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos deverá ser implantada em até 4 (quatro) anos contados a partir de 03.08.2010. O prazo estabelecido visa conferir efetividade à coleta seletiva e extinguir a prática de disposição de resíduos em lixões, que podem causar contaminação do solo, mau cheiro e doenças àqueles que residem em locais próximos<sup>81</sup>.

A coleta seletiva deve ser implantada pelo titular do serviço público de limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos, mas conta necessariamente com a participação do consumidor final,

---

<sup>79</sup> MILARÉ, Édís. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édís Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

<sup>80</sup> MILARÉ, Édís. Idem.

<sup>81</sup> MILARÉ, Édís. Idem.



que no momento do descarte, deverá segregar corretamente os seus resíduos. Para isso, deve ser educado e informado dos materiais que compõem seus bens de consumo.

Além disso, nos termos do artigo 18, §1º, inciso II da PNRS, a coleta seletiva deverá priorizar a participação de cooperativas ou de outras formas de associação de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis constituídas por pessoas físicas de baixa renda.

O outro exemplo eleito pelo legislador como ferramenta de implementação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos é a logística reversa.

A logística reversa, como o próprio nome já diz, vem na contramão do que os produtores e fornecedores chamam de logística. A logística implementada pelos fornecedores de bens de consumo se trata de como aquele produto será entregue ao consumidor. Os planos de rotas de caminhões para entregas em supermercados, lojas, ou em alguns casos nas próprias casas dos compradores.

A logística reversa é um mecanismo interessante introduzido pela Política Nacional de Resíduos Sólidos que objetiva que o ônus da geração de resíduos não se finalize com o consumidor. Afinal, todos os participantes dessa cadeia de consumo tiveram seu proveito com a compra e utilização daquela mercadoria.

Baseia-se, por isso, no princípio do poluidor-pagador, basilar na seara ambiental e que preconiza que os custos sociais externos que acompanham o processo produtivo precisam ser internalizados. Esses custos sociais externos seriam, por exemplo, o dano ambiental causado por essa produção, que deve ser assumido pelo agente econômico responsável pela sua geração. O princípio do poluidor pagador busca, portanto, imputar ao poluidor o custo social da poluição por ele gerada<sup>82</sup>.

No caso da geração de resíduos sólidos, não existe somente um responsável por essa poluição; toda a cadeia daquele produto, desde o produtor, até o comerciante, o consumidor e quantos mais agentes existirem entre a produção e o consumo final: todos são responsáveis pelo dano ambiental. Nisso se baseia a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos e os instrumentos criados para seu efetivo funcionamento.

---

<sup>82</sup>MOREIRA, Danielle de Andrade. Princípio do Poluidor Pagador aplicado à responsabilidade ambiental pós consumo: aspectos preventivos à luz da Política Nacional de Resíduos Sólidos. In: MOREIRA, Danielle de Andrade et al. **Aspectos Relevantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos**. São Paulo: Atlas, 2013. p. 187-209.

Dessa forma, o ônus da disposição final de alguns tipos de bens, que, ou pelo enorme volume com que são produzidos, ou pelas peculiaridades de sua composição que o tornam mais ou menos tóxico ou danoso, a Lei 12.305/2010, entendeu que somente a coleta seletiva não seria suficiente.

Definiu, por isso, a necessidade de implantação de um sistema de logística reversa: da mesma maneira que aquele bem de consumo chega ao consumidor final, ele deverá, uma vez já utilizado, e em seu momento de descarte, ser capaz de voltar à cadeia produtiva, possibilitando que o produtor possa reaproveitar ou efetuar o correto descarte daquele rejeito, dispondo-o de maneira ambientalmente correta.

Na definição da própria Lei, a logística reversa seria

instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada<sup>83</sup>.

De acordo com o artigo 33 da Política ora estudada, são obrigados a estruturar sistemas de logística reversa, de forma independente do serviço público de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes de (i) pilhas e baterias; (ii) pneus; (iii) óleos lubrificantes, seus resíduos e embalagens; (iv) lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio e mercúrio e de luz mista; e (v) produtos eletrônicos e seus componentes.

Na forma da lei, considerando a viabilidade técnica e econômica, bem como o grau e a extensão do impacto à saúde pública e ao meio ambiente, a implantação da logística reversa poderá ser estendida a produtos comercializados em embalagens plásticas, metálicas ou de vidro e aos demais produtos e embalagens.

O papel de cada agente é também definido: os consumidores deverão efetuar a devolução após o uso para os comerciantes e distribuidores; os comerciantes e distribuidores deverão efetuar a devolução aos produtores e importadores; e os produtores e importadores devem reaproveitar, reciclar ou dispor de forma ambientalmente adequada os rejeitos<sup>84</sup>.

---

<sup>83</sup> Artigo 3º, inciso XII da Lei 12.305/2010. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm) >. Acesso em 13 jun 2017.

<sup>84</sup> MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édis Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

Para a execução desses sistemas, o Decreto regulamentador 7.404 de 2010, determina que a operacionalização poderá ser feita por meio de acordos setoriais, regulamentos expedidos pelo Poder Público ou por termos de compromisso.

O acordo setorial é um ato de natureza contratual que poderá ter abrangência nacional, regional, estadual ou municipal firmados entre o Poder Público e fabricantes, importadores, comerciantes e distribuidores – muitas vezes representados por associações para facilitação do diálogo. De acordo com a página do Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos, o SINIR, atualmente existem acordos setoriais assinados para embalagens em geral, embalagens plásticas de óleo lubrificante e para lâmpadas fluorescentes de Vapor de Sódio e Mercúrio de Luz Mista<sup>85</sup>.

Os regulamentos expedidos pelo Poder Público, nos termos do artigo 15 do Decreto regulamentador, deverão ser veiculados diretamente por Decreto do Poder Executivo e contar com prévia avaliação da viabilidade técnica e econômica e além da realização de audiência pública.

Os termos de compromisso serão também celebrados entre o Poder Público e os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes e deverão ser homologados pelo órgão ambiental competente, conforme sua abrangência territorial. Serão celebrados na hipótese de não haver acordo setorial ou regulamento expedido em uma mesma área, ou para fixação de metas mais exigentes do que as definidas em acordo setorial ou em regulamento<sup>86</sup>.

#### 4.3.2 “A educação ambiental”

A educação ambiental não poderia deixar de estar incluída nos instrumentos da Política Nacional de Resíduos Sólidos, visto que a Lei exige considerável nível de envolvimento e engajamento da coletividade, com mecanismos complexos e que precisam da participação de todos os agentes para se tornarem efetivos.

Dito isso, importante mencionar que o Brasil possui uma Política Nacional de Educação Ambiental, e que foi o primeiro país da América Latina a instituir norma sobre essa temática, através da Lei 9.795 de 1999<sup>87</sup>.

O artigo 1º da mencionada lei entende por educação ambiental

---

<sup>85</sup> MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édis Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

<sup>86</sup> MILARÉ, Édis. Idem.

<sup>87</sup> MILARÉ, Édis. Idem.

os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

Segundo Édis Milaré, a educação ambiental deve ser considerada como uma *atividade-fim*, visto que se destina a despertar e formar a consciência ecológica para o exercício da cidadania. Através desse instrumento, paulatinamente, é possível que se mudem hábitos e comportamentos, tornando-os mais sustentáveis e dessa forma, capazes de respeitar e promover a manutenção do equilíbrio ecológico<sup>88</sup>.

O Decreto regulamentador da Política Nacional de Resíduos Sólidos, ao mencionar a educação ambiental, define que tal instrumento

tem como objetivo o aprimoramento do conhecimento, dos valores, dos comportamentos e do estilo de vida relacionados com a gestão e o gerenciamento ambientalmente adequado dos resíduos sólidos<sup>89</sup>.

Para tanto, o Poder Público estaria obrigado a tomar as medidas dispostas no artigo 77 do Decreto 7.404/2010.

O fato de haver previsão legal de mecanismos de educação ambiental não exime a responsabilidade prevista em lei dos fornecedores quanto ao dever de prestar informações adequadas aos consumidores no que toca ao cumprimento dos sistemas de logística reversa e coleta seletiva instituídos<sup>90</sup>.

#### 4.3.3 “Incentivos fiscais, financeiros e creditícios”

A intervenção do Estado na economia, nos termos das limitações constitucionais, pode-se dar a partir de políticas públicas, utilizando-se de instrumentos que determinem a internalização das externalidades, sejam elas positivas ou negativas (que na seara ambiental seria quando há o uso de um recurso natural sem que o usuário arque com todos os custos dele decorrentes, incluindo o custo social do impacto).

<sup>88</sup> MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édis Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

<sup>89</sup> Artigo 77, caput, do Decreto 7.404 de 2010. Disponível em:< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/decreto/d7404.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7404.htm)>. Acesso em: 14 jun 2017.

<sup>90</sup> MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente, op cit.

Estes instrumentos podem ser de comando-controle – que utiliza o mecanismo tradicional da obrigação-sanção - ou econômicos<sup>91</sup>.

A Política Nacional de Resíduos Sólidos prevê os tradicionais mecanismos de obrigação-sanção, por exemplo, nos artigos 47 e 51 que determinam que aquele que não der destinação ou dispuser adequadamente os resíduos e rejeitos estará sujeito às sanções da Lei de Crimes Ambientais, 9.605/1998.

No entanto, somente o instrumento comando-controle não se mostra suficiente para a proteção ambiental. Por isso, a Lei 12.305/2010 previu também instrumentos econômicos para aumentar a eficácia da norma ambiental. São os incentivos fiscais, financeiros e creditícios, descritos no Capítulo V da PNRS.

Esses instrumentos tem o condão de equilibrar, como contrapartida, as obrigações impostas pela PNRS, que são, inegavelmente, custosas. Dessa maneira, a norma acenou alguns incentivos econômicos, especialmente para estimular ações voltadas ao cumprimento das metas por ela estabelecidas<sup>92</sup>.

O artigo 42 da Lei 12.305/2010<sup>93</sup> define as iniciativas que, prioritariamente, terão acesso às medidas indutoras e linhas de financiamento, todas voltadas ao gerenciamento de resíduos sólidos, áreas contaminadas e redução do volume de resíduos no processo produtivo.

Pode-se afirmar que, esse referido capítulo, consiste na aplicação do **princípio do protetor-recebedor**, disposto no artigo 6º, inciso II, da PNRS. O núcleo desse princípio consiste na proteção e manutenção do meio ambiente, sem que necessariamente a atuação do protetor-recebedor esteja associada a um dano<sup>94</sup>.

<sup>91</sup> GRANZIERA, Maria Luiza Machado; SALEME, Edson Ricardo. Incentivos creditícios na lei de resíduos sólidos: a indução por planos nacionais, regionais, estaduais e municipais. In: BECHARA, Erika et al. **Aspectos Relevantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos**. São Paulo:Atlas, 2013. p. 253-270.

<sup>92</sup> GRANZIERA, Maria Luiza Machado; SALEME, Edson Ricardo. *idem*.

<sup>93</sup> Art. 42. O poder público poderá instituir medidas indutoras e linhas de financiamento para atender, prioritariamente, às iniciativas de: I - prevenção e redução da geração de resíduos sólidos no processo produtivo; II - desenvolvimento de produtos com menores impactos à saúde humana e à qualidade ambiental em seu ciclo de vida; III - implantação de infraestrutura física e aquisição de equipamentos para cooperativas ou outras formas de associação de catadores de materiais reutilizáveis e recicláveis formadas por pessoas físicas de baixa renda; IV - desenvolvimento de projetos de gestão dos resíduos sólidos de caráter intermunicipal ou, nos termos do inciso I do **caput** do art. 11, regional; V - estruturação de sistemas de coleta seletiva e de logística reversa; VI - descontaminação de áreas contaminadas, incluindo as áreas órfãs; VII - desenvolvimento de pesquisas voltadas para tecnologias limpas aplicáveis aos resíduos sólidos; VIII - desenvolvimento de sistemas de gestão ambiental e empresarial voltados para a melhoria dos processos produtivos e ao reaproveitamento dos resíduos.

<sup>94</sup> SALEME, Edson Ricardo; GRANZIERA, Maria Luiza Machado. Incentivos creditícios na lei de resíduos sólidos: a indução por planos nacionais, regionais, estaduais e municipais. In: BECHARA, Erika et al. **Aspectos Relevantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos**. São Paulo:Atlas, 2013. p. 253-270.

Nas palavras de Edson Saleme e Maria Luiza Granziera,

o incentivo creditício é uma das alternativas de grande importância em termos de atendimento do interesse público pelos empresários, sem a necessidade de intervenção direta estatal nas ações destinadas a atender às disposições da PNRS. A necessidade de mecanismos de intervenção do Estado no domínio econômico pela via indutiva, capaz de incentivar comportamentos em prol da coletividade, é característica marcante dos estados modernos. O ganho de capital ou vantagem recebida pela empresa ou pela associação que cumpre exigências predeterminadas é essencial para garantir o uso sustentável do meio ambiente, sobretudo quando se tratar de atividade no âmbito da PNRS<sup>95</sup>.

#### 4.3.4 “Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos (SINIR)”

O Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos, o SINIR, foi criado pela Política Nacional de Resíduos Sólidos justamente para privilegiar o princípio da informação ambiental, já exaustivamente demonstrado nesse estudo.

O sistema é de coordenação e articulação do Ministério do Meio Ambiente com a finalidade de coletar e sistematizar os dados relativos à prestação do serviço público e privado de gerenciamento dos resíduos sólidos, e dos sistemas de logística reversa. Através dessa coleta de dados é possível que se desenvolvam estatísticas da progressão brasileira com relação ao tratamento e gerenciamento dos resíduos e o monitoramento, a fiscalização e avaliação da eficiência dessa gestão<sup>96</sup>.

O SINIR já está disponível através de sua plataforma na internet (<http://sinir.gov.br/>) e caracteriza uma importante ferramenta de informação, tanto para o Poder Público, quanto para a coletividade, que pôde começar a se dar conta do volume de resíduos gerados e de como se dá a disposição final dos mesmos.

É uma ferramenta importante para a Política Nacional de Resíduos Sólidos pois é divulgadora de informações relevantes para seu funcionamento, que depende de todos os agentes da cadeia produtiva.

---

<sup>95</sup> SALEME, Edson Ricardo; GRANZIERA, Maria Luiza Machado. Incentivos creditícios na lei de resíduos sólidos: a indução por planos nacionais, regionais, estaduais e municipais. In: BECHARA, Erika et al. **Aspectos Relevantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos**. São Paulo: Atlas, 2013. p. 253-270.

<sup>96</sup> MILARÉ, Édís. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édís Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

O SINIR deve estar articulado com os outros sistemas de informação ambiental já existentes, como o Sistema Nacional de Informações Sobre o Meio Ambiente - SINIMA, com o Sistema Nacional de Informações de Recursos Hídricos - SNIRH e também com os órgãos integrantes do SISNAMA<sup>97</sup>.

Importante frisar que o sigilo comercial, industrial, financeiro, ou qualquer outro protegido por lei será preservado, desde que as pessoas físicas e jurídicas que fornecerem esse tipo de informações indiquem e fundamentem essa circunstância<sup>98</sup>.

---

<sup>97</sup> MILARÉ, Édís. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édís Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

<sup>98</sup> MILARÉ, Édís. Direito do Ambiente. Op cit.

## 5. O CONSUMIDOR E SEU PAPEL PRIMORDIAL NA POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Como descrito no capítulo anterior, muitas ações, em diversos níveis, foram arquitetadas, principalmente para a instrumentalização e efetividade da Responsabilidade Compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos.

As ações em comento tem o condão de gerenciar os resíduos sólidos, o que é muito salutar, já que como exaustivamente descrito, os danos à coletividade e ao meio ambiente, do mau acondicionamento de resíduos e rejeitos são muitas vezes inestimáveis e de difícil reparação.

No entanto, nota-se que as ações prescritas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos negligenciam o elo principal dessa cadeia, que é o consumidor. Nas palavras de Kalil e Efig<sup>99</sup>

a questão é saber se essa ausência é feita de forma deliberada para que todas as ações executadas fiquem apenas no campo do simbólico e, conseqüentemente, fadadas ao insucesso, pois é evidente que qualquer medida implementada dependerá da adesão e participação efetivas do consumidor.

A crise socioambiental, como já colocado, está intimamente relacionada aos moldes da sociedade contemporânea, chamada “sociedade de consumo”. Se o modelo de desenvolvimento atual, que incentiva a obsolescência planejada e o consumo desenfreado é o grande causador da degradação ambiental, então o consumidor seria o grande protagonista da crise ambiental.

Da mesma maneira como podemos colocar o consumidor como grande vilão, causador de todos os males dessa crise atual, por outro lado é também ele o agente capaz de revolucionar e solucionar esse problema, graças a sua influência tanto na esfera privada quanto na esfera pública, enquanto cidadão<sup>100</sup>.

Os objetivos preconizados pela PNRS de adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços e o estímulo à rotulagem ambiental e ao consumo sustentável comprovam o protagonismo desses agentes.

---

<sup>99</sup> POLÍTICA Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.

<sup>100</sup> POLÍTICA Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.



Assim, o consumidor tem a obrigação de **colaborar** com a redução dos impactos decorrentes do consumo. Essa obrigação existe desde o momento da escolha de produtos e serviços que minimizem a potencialidade de danos ao meio ambiente (agindo de forma preventiva) até o uso racional do bem ou do serviço encerrando-se com a observância dos deveres estabelecidos pela Política Nacional de Resíduos Sólidos de destinação e disposição ambientalmente adequadas dos resíduos e rejeitos<sup>101</sup>.

No entanto, apesar da Política Nacional de Resíduos Sólidos trazer inúmeros instrumentos e obrigações para todos os agentes que participem da cadeia produtiva, a grande revolução, que obrigaria o sistema econômico em que estamos inseridos a mudar radicalmente seus mecanismos de produção e consumo é o preconizado pelo artigo 9º da PNRS que prioriza a não geração de resíduos, que pela lógica induz ao consumo consciente e à educação para o consumo<sup>102</sup>.

Referida determinação está de acordo tanto com as normas consumeristas, do Código de Defesa do Consumidor, quanto com a ampla legislação ambiental vigente, desde a Política Nacional de Meio Ambiente e a Política Nacional de Educação Ambiental.

A mudança de paradigmas da sociedade de consumo, mencionada nos primeiros capítulos desse estudo, somente é possível através da educação ambiental, o que a torna imprescindível e principal instrumento para a promoção do consumo sustentável e atendimento aos objetivos estabelecidos pela Política Nacional de Resíduos Sólidos.

A emancipação dos consumidores para a condição de consumidores cidadãos, com consciência das repercussões sociais e ambientais dos seus hábitos de consumo, perpassa necessariamente pela atuação do Estado, que deverá assegurar os instrumentos para execução dos sistemas de logística reversa, coleta seletiva e outros mecanismos capazes de proceder ao correto manejo dos resíduos sólidos, mas também no sentido de consolidar uma racionalidade ambiental pautada na educação e na informação<sup>103</sup>.

O papel dos consumidores na consolidação de um mercado de consumo sustentável é essencial, visto que somente através de suas escolhas, conscientes do impacto que são capazes de gerar no meio ambiente, poderão modificar o mercado de modo a impor o devido respeito necessário à urgência socioambiental da atualidade, fomentando uma economia verde.

---

<sup>101</sup> POLÍTICA Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.

<sup>102</sup> POLÍTICA Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.

<sup>103</sup> POLÍTICA Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.

Desde que a principal causa da crise ambiental passou a ser considerada os altos padrões de consumo e estilos de vida, a valorização das ações individuais e escolhas de consumo conscientes, bem-informadas e motivadas por valores socioambientais, se tornaram a principal estratégia para uma mudança no rumo de criação de uma sociedade sustentável.

Os movimentos ambientalistas e os de defesa do consumidor passaram, então, a caminhar juntos na direção de maior informação e educação daqueles que são os principais responsáveis por uma mudança de paradigmas e uma possível revolução nos padrões atualmente insustentáveis de consumo<sup>104</sup>.

A “politização e ambientalização do consumo” implica no estímulo a práticas de consumo “ambientalmente amigas”, quadro em que a coletividade passa a perceber os estímulos e a cobrança em considerar aspectos ambientais nas preocupações e experiências da vida diária, através de negociações do que escolher e como agir, fomentando o interesse do cidadão comum para questões ambientais<sup>105</sup>.

No entanto, para que essas ações estimuladoras surtam efeito, há que se considerar que na mesma medida em que o consumidor seria o causador direto da degradação ambiental porque consome e financia a produção, não se pode olvidar que a responsabilidade pela crise ambiental não pode ser atribuída somente a esse agente.

Isso porque o consumidor se vê em uma posição de hipervulnerabilidade e se consome desenfreadamente e sem a devida consciência do impacto ambiental, essa responsabilidade é também dos produtores e fornecedores, que instituem políticas como a obsolescência planejada e muitas vezes pecam no dever de informação ambiental.

A instituição da Política Nacional de Resíduos Sólidos foi um grande passo para a garantia do exercício de participação do consumidor na cadeia produtiva. No entanto, é com grande dificuldade que o consumidor percebe seu papel decisivo de protagonista na mudança de paradigmas dos padrões de consumo, visto que não recebe informação ou educação adequada, uma vez que não seria interessante para os produtores e comerciantes alterar a maneira como a sociedade enxerga seu papel na mudança do quadro da crise ambiental.

---

<sup>104</sup> POLÍTICA Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.

<sup>105</sup> POLÍTICA Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.

## 6. CONCLUSÃO

O presente trabalho se propunha a analisar o consumo sustentável a luz da Política Nacional de Resíduos Sólidos. Para isso, caracterizamos primeiro o consumo na atualidade, desde as origens do que chamamos sociedade de consumo, até o quadro atual do consumismo, suas razões e números.

Passamos a análise dos institutos do desenvolvimento sustentável e do consumo sustentável, em como se estruturaram e baseados em que princípios se fundamentou o consumo sustentável no regime jurídico brasileiro.

Por fim, a análise da Política Nacional de Resíduos Sólidos, seus objetivos e instrumentos, e como se comunicavam com a promoção do consumo sustentável.

É verdade que a PNRS tratou de colocar como prioridade a não geração de resíduos sólidos, o que, por conseguinte, priorizou o consumo sustentável em detrimento da gestão adequada de resíduos.

No entanto, voltou toda a sua atenção para a instrumentalização de mecanismos de atribuição da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, o que é de fato necessário e inovador, mas não prioriza o consumo sustentável e sim a correta gestão dos resíduos e rejeitos.

Os consumidores, protagonistas da necessária revolução do consumo necessária hoje, não percebem como são os únicos capazes de transformar a sociedade de consumo e quebrar o paradigma cultural dominante, como colocado por Assaudorian.

A “sociedade de consumo” é o palco perfeito para a manutenção do modelo de crescimento econômico adotado, e por isso, não é interessante para os produtores e fornecedores que ocorra uma mudança nos paradigmas culturais. Consumir mais é gerar mais lucro, independente da degradação ambiental gerada em consequência disso.

Parece óbvio que uma Lei que prioriza o consumo sustentável e a não geração de resíduos, se servisse de instrumentos capazes de obrigar os produtores a repensarem seu modelo de produção e de venda.

O necessário incentivo à rotulagem ambiental como meio de disseminação de informação, por exemplo, aparece apenas como objetivo da Política Nacional de Resíduos Sólidos, sem criar

nenhuma obrigação nesse sentido, o que acaba por isentar os produtores do dever de informação ambiental.

A reflexão trazida por Kaling e Efig sobre a ausência de informação ao consumidor é pertinente: seria deliberada, garantindo assim a manutenção do desconhecimento daqueles que são capazes de mudar o paradigma cultural dominante, para que não entendam a sua responsabilidade ambiental no momento do consumo?

Parece difícil acreditar que o desinteresse dos controladores das cadeias produtivas em informar seja obra do acaso e não uma estratégia para seguir estimulando o consumismo e com isso, perseguindo maior lucro.

O que deixa de ser ponderado é a equação ambiental a que o mundo está sujeito: com os níveis de crescimento e desenvolvimento experimentados por esse modelo econômico, os recursos naturais se esgotarão em um curto período de tempo.

De acordo com o Relatório do Clube de Roma, intitulado “The Limits To Growth” (“os limites para o crescimento”, tradução livre), escrito em 1972, há mais de 40 anos (!!!!) se as tendências de crescimento da população mundial, industrialização, poluição, produção de alimentos e diminuição dos recursos naturais continuasse da mesma maneira, os limites para o crescimento no planeta seriam alcançados em algum momento, nos 100 (cem) anos subsequentes<sup>106</sup>.

Isso significa dizer, que de acordo com a projeção do referido relatório, os recursos naturais disponíveis no planeta para manutenção da vida humana se esgotariam em algum momento nos próximos 50 anos.

Vê-se que o modelo de incentivo ao consumo desenfreado e de estratégias como a obsolescência planejada cooperam com o massacre da proteção ao bem ambiental e pouco é feito no sentido de coibir essas práticas.

Apesar de muito bem definir como se deve dar o gerenciamento dos resíduos sólidos, através de grande planejamento a nível federal, estadual e municipal, instrumentos como a logística reversa e a coleta seletiva, o consumo sustentável, tratado como prioridade no texto da Política Nacional de Resíduos Sólidos, não é instrumentalizado, tornando-se letra morta, ou como colocam Kaling e Efig, ficando apenas no campo simbólico, fadado ao insucesso, visto

---

<sup>106</sup> PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Consumo Sustentável: limites e possibilidades das práticas de consumo no contexto nacional. Revista de Direito Ambiental. Vol. 85. Ano 22. p. 191-216. São Paulo: Ed. RT, jan.-mar. 2017.

que qualquer medida a ser implementada dependeria da informação e da adesão dos consumidores para ser efetiva.

Concluimos, com isso, que apesar de muito importante e inovadora, a Lei 12.305 de 2010, instituidora da Política Nacional de Resíduos Sólidos não dá a devida atenção à instrumentalização do consumo sustentável.

Nesse sentido, vai de encontro ao seu próprio texto, que preconiza que a não geração de resíduos sólidos seria a prioridade da norma.

O correto manejo dos resíduos sólidos é tema de extrema importância, mas não ataca a “causa da doença ambiental” vivida pela sociedade contemporânea, mas apenas os sintomas: a acumulação de resíduos e a possível contaminação de solos e lençóis freáticos em consequência.

Direcionar a atenção ao consumo sustentável, por outro lado, incentiva a sociedade contemporânea a revolucionar seus paradigmas de consumo, provocando efetiva medida capaz de reverter a atual crise socioambiental que vivemos.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSAUDORIAN, Erik. Ascensão e queda das culturas de consumo. In: Estado do Mundo, 2010: estado do consumo e o consumo sustentável / Worldwatch Institute; Introdução: Muhammad Yunus. Organização: Erik Assadourian; tradução: Claudia Strauch.
- BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 69 p. p 24.
- BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1970.
- BRASIL. Portaria Minter nº 53, de 1 de março de 1979. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 02 de março de 1979.
- BRASIL. Constituição (1988). Constituição [da] Republica Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal.
- BRASIL. Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 12 de setembro de 1990.
- BRASIL. Lei 9.795 de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 28 de abril de 1999.
- BRASIL. Lei 12.305 de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 03 de agosto de 2010.
- BRASIL. Decreto 7.404 de 23 de dezembro de 2010. Regulamenta a Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, cria o Comitê Interministerial da Política Nacional de Resíduos Sólidos e o Comitê Orientador para a Implantação dos Sistemas de Logística Reversa, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 23 de dezembro de 2010.
- BRASIL. Lei 13.186 de 11 de novembro de 2015. Institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 12 de novembro de 2015.
- CASIMIRO, Gabrielle. **Consumo Sustentável para a minimização de Resíduos Sólidos Urbanos**. 2011. 119 p. Dissertação de Mestrado (Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável)- Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.
- FRANZOLIN, Cláudio José. Obsolescência planejada e pós-consumo e a tutela do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 109. Ano 26. P. 39-75. São Paulo: Ed. RT, jan.-fev. 2017.
- FREITAS, Juarez. Sustentabilidade: direito ao futuro. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2012, p. 33.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. Promoção do consumo sustentável através do princípio da informação ambiental ao consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*. Vol. 104. Ano 25. P. 149-178. São Paulo: Ed. RT, mar-abr. 2016.

KALIL, Ana Paula Maciel Costa; EFING, Antônio Carlos. Política Nacional de Resíduos Sólidos: por uma nova racionalidade no consumo. **Revista Direito Ambiental e Sociedade**, Caxias do Sul, v. 3, p. 31-52, jul. 2013.

MILARÉ, Édís. Direito do Ambiente [ livro eletrônico]/ Édís Milaré – 1ª Ed. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. 2004kb; PDF.

MOREIRA, Danielle de Andrade. Princípio do Poluidor Pagador aplicado à responsabilidade ambiental pós consumo: aspectos preventivos à luz da Política Nacional de Resíduos Sólidos. In: MOREIRA, Danielle de Andrade et al. **Aspectos Relevantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos**. São Paulo: Atlas, 2013. p. 187-209.

PANORAMA dos Resíduos Sólidos no Brasil - 2014. São Paulo: [s.n.], 2014.

PASQUALOTTO, Adalberto de Souza; SARTORI, Paola Mondardo. Consumo Sustentável: limites e possibilidades das práticas de consumo no contexto nacional. *Revista de Direito Ambiental*. Vol. 85. Ano 22. p. 191-216. São Paulo: Ed. RT, jan.-mar. 2017.

PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. ABC DO CPS – Esclarecendo conceitos sobre consumo e produção sustentável (CPS), França: PNUMA, 2012.

SALEME, Edson Ricardo; GRANZIERA, Maria Luiza Machado. Incentivos creditícios na lei de resíduos sólidos: a indução por planos nacionais , regionais, estaduais e municipais. In: BECHARA, Erika et al. **Aspectos Relevantes da Política Nacional de Resíduos Sólidos**. São Paulo:Atlas, 2013. p. 253-270.

#### Websites acessados:

- Propostas Legislativas PNRS – acesso em 14.06.2017.  
[http://www.camara.gov.br/sileg/Prop\\_Detalhe.asp?id=15158](http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=15158)  
<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/744011.pdf>
- Código Brasileiro de Autorregulação – acesso em 14.06.2017.  
<http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>
- Resolução 70/186 – General Assembly ONU – acesso em 14.06.2017.  
[http://www.un.org/en/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/70/186](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/186)
- Fundação do Greenpeace - – acesso em 14.06.2017.  
<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/quemsomos/Greenpeace-no-mundo/>
- Estimativa da população mundial ONU 2013 – acesso em 14.06.2017.  
<http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,onu-populacao-mundial-e-de-7-2-bilhoes-de-pessoas,1042156>